

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>I</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>III</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>IV</b>
<b>Tabellenverzeichnis .....</b>	<b>V</b>
<b>1. Einleitung.....</b>	<b>6</b>
<b>1.1 Aufbau der Arbeit.....</b>	<b>6</b>
<b>2. Rahmenbedingungen für Unterhaltungssendungen.....</b>	<b>7</b>
<b>3. Die unterschiedlichen Formen der TV-Shows in Deutschland.....</b>	<b>9</b>
<b>3.1 Game-Shows .....</b>	<b>9</b>
<b>3.2 Quiz-Shows .....</b>	<b>9</b>
<b>3.3 Casting-Shows .....</b>	<b>9</b>
<b>4. Historie von TV-Shows in Deutschland .....</b>	<b>11</b>
<b>4.1 Die 50er Jahre .....</b>	<b>11</b>
<b>4.2 Die 60er Jahre - Die Fernsehlandschaft verändert sich .....</b>	<b>14</b>
<b>4.3 Die 70er Jahre .....</b>	<b>17</b>
<b>4.4 Die 80er Jahre .....</b>	<b>18</b>
<b>4.4.1 Übersicht der Quoten von TV-Shows im öffentlich-rechtlichen Fernsehen</b>	
<b>1986 .....</b>	<b>21</b>
<b>4.5 Die 90er Jahre .....</b>	<b>23</b>
<b>4.6 Das 21te Jahrhundert – Casting-Shows dominieren das deutsche Fernsehen...</b>	<b>24</b>
<b>5. Grundelemente von TV-Shows.....</b>	<b>25</b>
<b>5.1 Die Moderation .....</b>	<b>25</b>
<b>5.2 Das Studio .....</b>	<b>27</b>
<b>5.3 Live-Shows.....</b>	<b>28</b>
<b>6. Deutschland sucht den Superstar.....</b>	<b>29</b>
<b>6.1 Dieter Bohlen.....</b>	<b>30</b>
<b>6.2 Die Jury.....</b>	<b>32</b>
<b>6.3 Aufbau einer Staffel von DSDS .....</b>	<b>33</b>
<b>6.4 Ablauf einer Staffel am Beispiel von DSDS 2012.....</b>	<b>34</b>

6.5 Die Zuschauer .....	35
6.6 Auszeichnungen .....	36
6.7 Übersicht Quoten DSDS.....	37
6.8 DSDS - Kids .....	38
7. Die erfolgreichsten Casting-Show-Formate .....	39
7.1 Popstars.....	39
7.2 X Factor .....	40
7.3 The Voice of Germany.....	40
7.4 Das Supertalent .....	41
7.5 Germany's Next Topmodel.....	41
8. Das Quotentief der Casting-Show-Formate .....	42
9. Schlag den Raab.....	44
9.1 Das Medienphänomen Stefan Raab .....	44
9.1.1 Übersicht der TV-Shows und Events von und mit Stefan Raab .....	46
9.2 Das Konzept.....	47
9.3 Spielprinzip.....	48
9.4 Die Crew .....	49
9.5 Ablauf der Sendung.....	50
8.6 Die Zuschauer .....	51
9.7 Schlag den Star.....	52
9.8 Formathandel mit „Schlag den Raab“.....	53
9.9 Auszeichnungen .....	54
9.10 Quoten.....	54
9.11 Schlag den Raab Merchandising .....	56
10. Fazit.....	57
Literaturverzeichnis .....	60
Eigenständigkeitserklärung .....	68

## **Abkürzungsverzeichnis**

<b>DSDS:</b>	<b>Deutschland sucht den Superstar</b>
<b>RTL:</b>	<b>Radio Télévision de Luxembourg</b>
<b>KJM:</b>	<b>Kommission für Jugendmedienschutz</b>

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1 Portrait Peter Frankenfeld .....	14
Abb. 2 Portrait HansJoachim Kulenkampff .....	14
Abb. 3 Logo Deutschland sucht den Superstar .....	29
Abb. 4 Dieter Bohlen .....	30
Abb. 5 Dieter Bohlen .....	33
Abb. 6 Natalie Horler .....	33
Abb. 7 Bruce Darnell .....	33
Abb. 8 Soziodemografie von DSDS .....	36
Abb. 9 Logo DSDS – Kids .....	38
Abb. 10 Logo Popstars.....	39
Abb. 11 Logo X Factor .....	40
Abb. 12 Logo The Voice of Germany.....	40
Abb. 13 Logo Das Supertalent .....	41
Abb. 14 Logo Germany's next Topmodel.....	41
Abb. 15 Stefan Raab .....	44
Abb. 16 Soziodemografie der „Schlag den Raab“-Zuschauer.....	51
Abb. 17 Logo Schlag den Star.....	52
Abb. 18 Logo Beat the Star .....	53



## Tabellenverzeichnis

<b>Tabelle 1: Die Quiz- und Game-Shows der fünfziger Jahre mit den Moderatoren Hans-Joachim Kulenkampff und Peter Frankenfeld (eigene Darstellung).....</b>	<b>14</b>
<b>Tabelle 2: Rangliste nach Zuschauern ab 14 Jahren.....</b>	<b>21</b>
<b>Tabelle 3: Rangliste nach Marktanteil (Zuschauer ab 14 Jahren) .....</b>	<b>21</b>
<b>Tabelle 4: Bisherige DSDS-Juroren .....</b>	<b>33</b>
<b>Tabelle 5: Auszeichnungen DSDS (eigene Darstellung).....</b>	<b>36</b>
<b>Tabelle 6: Übersicht Quoten DSDS.....</b>	<b>37</b>
<b>Tabelle 7: Fernsehen.....</b>	<b>46</b>
<b>Tabelle 8: TV Total Special Events .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabelle 9: Auszeichnungen „Schlag den Raab“ (eigene Darstellung) .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabelle 10: Quoten Schlag den Raab (eigene Darstellung).....</b>	<b>55</b>

# 1. Einleitung

Diese Arbeit soll einen Beitrag zur Entwicklung des Genres TV-Shows im deutschen Fernsehen leisten. Vorab wird der geschichtliche Ablauf, sowie der Inhalt und die Art der TV-Shows bis hin zu zwei der erfolgreichsten TV-Shows des heutigen Fernsehens dargestellt. Das Format hat sich bis heute in vielen Aspekten geändert und einen ständigen Wandel vollzogen. Dabei mussten die Fernsehschaffenden sich immer wieder den Bedürfnissen des Zuschauers anpassen, wodurch neue Formate entstanden. Die aktuellen TV-Shows „Deutschland sucht den Superstar“ und „Schlag den Raab“ werden analysiert und zeigen stellvertretend für die Gruppen der Casting- und Game-Shows die Gründe für das Interesse an diesen Formaten seitens der Zuschauer. Vor allem das Genre Casting-Show zeigt dabei einen dominierenden Verlauf seit dem Beginn des 21. Jahrhunderts. Es wird ein Ausblick für die Zukunft des Genres TV-Shows gegeben und erarbeitet, inwieweit die Sender wirtschaftliche Aspekte gegenüber den offiziellen Zielen der TV-Shows vorziehen.

Ziel der Arbeit ist es, das hart umkämpfte Genre TV-Shows zu erörtern und die permanente Umstrukturierung der Formate aufzuzeigen. Des Weiteren wird ein Ausblick auf die Zukunft des Genres und mögliche Anpassungen an die Bedürfnisse der Rezipienten gegeben.

## 1.1 Aufbau der Arbeit

In dem der Einleitung nachgelegten Kapitel zwei wird die Rahmenbedingungen für Unterhaltungssendungen dargestellt. Es werden unzumutbare Entgleisungen des Formates beschrieben. Zusätzlich wird überprüft, wo die moralischen Grenzen der TV-Shows liegen.

Das dritte Kapitel befasst sich mit der Definition und Charakterisierung der für diese Arbeit relevanten Formen von TV-Shows.

Kapitel vier analysiert die Veränderungen und den Wandel des Genres. Dabei wird zunächst das Radio als Wegbereiter der TV-Shows des Fernsehens benannt. Seit Beginn der Fernsehausstrahlung war die Sparte TV-Shows ein wichtiger Bestandteil im Fernsehen. Auch verschiedene Meilensteine des Formats werden genauer betrachtet.

## 2. Rahmenbedingungen für Unterhaltungssendungen

---

In Kapitel fünf werden die wichtigsten Elemente der heute erfolgreichsten Shows herausgestellt. Dabei werden die ausschlaggebenden Kriterien für den Erfolg einer TV-Show skizziert.

Kapitel sechs befasst sich mit „Deutschland sucht den Superstar“, eine der erfolgreichsten Sendungen des heutigen Fernsehens. Der Aufbau und der Ablauf der Show wird dargestellt. Die Zuschauerstrukturen werden analysiert und der Verlauf der Zuschauerquoten seit Beginn aufgezeigt. Es wird auch auf Gefahren und Probleme des Formats eingegangen.

Das siebte Kapitel zeigt eine Auswahl der erfolgreichsten Casting-Shows, die sich aufgrund des Erfolges dieses Genres im Laufe der Jahre entwickelt haben.

Kapitel acht nimmt Stellung zur Entwicklung der Casting-Gesellschaft. Es stellt Verhaltensänderungen und Probleme des Segmentes Casting-Show dar.

Das Format „Schlag den Raab“ wird in vielen verschiedenen Facetten in Kapitel neun beleuchtet. Vom Spielprinzip über den Aufbau bis hin zur Analyse des durchschnittlichen Zuschauers. Auch der Formatexport und das Merchandising der Show spiegeln das nachhaltige Interesse am Format wider.

Alle Ergebnisse und Erkenntnisse, welche aus dieser Arbeit hervorgehen, werden schließlich in Kapitel zehn zusammengefasst. Hinsichtlich der gewonnen Erkenntnisse wird ein Ausblick auf die kommende Entwicklung der zukünftigen TV-Shows gegeben. Es wird kritisch hinterfragt, wie lange sich Casting-Shows im deutschen Fernsehen noch behaupten können.

## 2. Rahmenbedingungen für Unterhaltungssendungen

Allen Unterhaltungssendungen ist ein gesetzlicher Rahmen vorgegeben. Darunter fallen sowohl die allgemeinen Grundgesetze, als auch spezielle Gesetze, die für private Sender gelten. So heißt es in Artikel 1 des Grundgesetzes: „Die Würde des Menschen ist unantastbar.“<sup>1</sup> Allerdings ist der Begriff der Würde sehr dehnbar und stößt bei vielen Unterhaltungssendungen an seine Grenzen. Gerade bei Casting-Shows sinkt die Würde des

---

<sup>1</sup> Fechner/ Mayer [2008] S.1

## 2. Rahmenbedingungen für Unterhaltungssendungen

---

Bewerbers häufig auf ein tiefes Niveau, jedoch ist festzuhalten, dass die Bewerber sich häufig selbst zum Gespött machen und der Sender sie nicht dazu drängt. Artikel 5 des Grundgesetzes besagt: „Jeder hat das Recht seine Meinung in Wort, Schrift und Bild frei zu äußern und zu verbreiten und sich aus allgemein zugänglichen Quellen frei zu unterrichten.“<sup>2</sup> Somit steht es jedem Bewerber, zum Beispiel, bei „Deutschland sucht den Superstar“, frei sich über die Jurymitglieder und ihre Meinung zur erbrachten Leistung zu äußern, aufzuregen, lustig zu machen oder sie bereitwillig zu akzeptieren. Insbesondere die Jury hat somit auch das Recht der freien Meinungsäußerung. Besonders Dieter Bohlen ist dabei oft sehr forsch und wenig taktvoll, wenn ihm eine Darbietung nicht gefallen hat. Aussagen im Niveau von „Du verkaufst das als wenn du ’ne Klobürste im Arsch hättest“<sup>3</sup> sind keine Seltenheit. Tatsächlich sind diese verbalen Entgleisungen häufig vorgefertigt, um bei passender Gelegenheit Bewerber verbal anzugreifen. Solche Aussagen sind zwar verletzend und sehr direkt, aber nach den Gesetzen und vor allem der Vertragslage zulässig. So äußerte die Kommission für Jugendmedienschutz in Bezug auf „Deutschland sucht den Superstar“: „Im Jahr 2008 hatte die KJM mehrere Folgen der fünften "DSDS"-Staffel beanstandet und ein Bußgeld in Höhe von 100000 Euro verhängt. Zwei Jahre später stellte die KJM erneut einen Verstoß gegen die Jugendschutzbestimmungen fest.“<sup>4</sup> Aufgrund der Knebelverträge, die jeder Teilnehmer unterschreiben muss, um dabei zu bleiben, ist es oft schwierig die Verantwortlichen zu belangen. In diesen Verträgen treten die Kandidaten viele ihrer Rechte ab, so dass zum Beispiel aufgezeichnetes Material in originaler oder abgeänderter Form vom Sender jederzeit ausgestrahlt werden darf. Die Bewerber unterschreiben auch, dass sie permanent für Aufzeichnungen verfügbar sind.

Ein sehr wichtiger Aspekt ist, dass sich alle Bewerber freiwillig für die Casting-Shows bewerben, die Bedingungen kennen und akzeptieren, somit das Risiko eingehen sich in der Öffentlichkeit bloß zu stellen. Bei DSDS haben die Kandidaten andererseits auch die Möglichkeit sich positiv darzustellen. Gesangstalente bekommen die Chance sich der Öffentlichkeit zu präsentieren und ihren Bekanntheitsgrad zu steigern.<sup>5</sup>

---

<sup>2</sup> Fechner/ Mayer [2008] S.2

<sup>3</sup> Pörksen/ Krischke [2010] S.23

<sup>4</sup> Lünenborg/ Töpper [2011]

<sup>5</sup> Vgl.Pörksen/ Krischke [2010] S.20 ff

## 3. Die unterschiedlichen Formen der TV-Shows in Deutschland

In diesem Kapitel werden die für diese Arbeit relevanten und wichtigsten Formen von TV-Shows im heutigen deutschen Fernsehen aufgezeigt.

### 3.1 Game-Shows

**Definition:** Als Game-Show, deutsch Spielshow, bezeichnet man eine Unterhaltungssendung in Hörfunk und Fernsehen, in der ein oder mehrere Kandidaten Aufgaben erfüllen, Rätsel lösen oder Fragen beantworten müssen. Eine Game-Show-Show ist ein Spiel mit Kandidaten nach festliegenden Regeln.

Wenn man Talkshows außer Acht lässt, sind Quiz- und Game-Shows die Programmsparte mit dem günstigsten Minutenpreis bei Blockproduktion. Außerdem sind sie optimal, um Werbung zu platzieren und so zusätzlich Geld zu verdienen. Um Zuschauer nur kurzfristig zu verlieren, empfiehlt es sich eher viele verschiedene Shows mit relativ kurzer Dauer zu senden.<sup>6</sup>

### 3.2 Quiz-Shows

**Definition:** Als Quizsendung oder Quiz-Show bezeichnet man eine Spielshow im Fernsehen oder Hörfunk in Form eines Ratespiels, bei der Fragen beantwortet werden müssen. Dadurch können die Kandidaten meist hohe Geld- oder Sachpreise gewinnen.

Die Quiz-Show gilt als Unterkategorie von Game-Shows.

### 3.3 Casting-Shows

**Definition:** Eine Casting-Show oder Talentschau ist eine Fernsehsendung, die sich mit dem Entdecken potenzieller Sänger, Tänzer, Models oder ähnlichem befasst.

Kandidaten von Casting-Shows haben den Wunsch nach öffentlicher Präsenz. Sie kämpfen in Shows wie DSDS oder „Germany’s next Topmodel“ um die Anerkennung von Jury und Zuschauern. Dabei werden sie von dem Wunsch nach einer Karriere als Gesangstar,

---

<sup>6</sup> Vgl. Burda News Group Medialine [o.J.]

### 3. Die unterschiedlichen Formen der TV-Shows in Deutschland

---

Topmodel, Dancing Queen oder Supertalent angetrieben. Die Star-Anwärter lassen sich willig von Juroren, Redakteuren und Trainern denunzieren, kommandieren und instrumentalisieren für den Traum ein Leben im Medien-Glamour zu führen. Sogar das Risiko vor einem Millionenpublikum vor laufender Kamera verhöhnt zu werden ist den Kandidaten, die sich auf Casting-Shows einlassen, nicht zu hoch. Kandidaten sollten sich jedoch immer bewusst sein, dass es der Logik der schnelllebigen Aufmerksamkeitsökonomie entspricht, dass die meisten „Stars“, die aus deutschen Casting-Shows entstanden waren, schon lange vergessen wurden. Das zeigt, dass das Ziel einer Casting-Show die Show an sich ist und nicht die Begünstigung von Talenten, die ihre Chance nutzen wollen, um ein neues Leben zu beginnen.<sup>7</sup>

Es nicht möglich etwas über die deutsche Casting-Gesellschaft zu sagen, ohne über die mit Abstand erfolgreichste Casting-Show „Deutschland sucht den Superstar“, kurz DSDS, und Dieter Bohlen zu sprechen. Dieter Bohlen ist für die Kritiker die Reizfigur Nummer eins. Als Privatperson ist er nicht interessant für die Medien. Vielmehr agiert er als Galionsfigur des Casting-Show Prinzips.

Das scheinbar systematische Auswahlverfahren liefert bei fast allen Casting-Shows nur einen Vorwand. Es wird darauf abgezielt eine dramatische Geschichte zu entwickeln, um Zuschauer zu binden. Es handelt sich dabei um ein Melodram aus Hoffen, Bangen, Aufstieg, Absturz, Verzweiflung, Sentimentalität, Kampf und Intrige. Es sind immer wiederkehrende Rollen, die dafür benötigt werden: Die Zicke, der Streber, die Naive, der „Underdog“, der Sensible, die Peinliche und das verkannte Genie. Sehr häufig werden private Schicksalsschläge und bewegende Berichte in die Show integriert. Egal ob die kranke Schwester, die jüngst verstorbene Mutter, der drogensüchtige Freund oder eigene Gefängniserfahrungen, alles was den Zuschauer emotional bewegt, kann in die Show integriert werden. Diese Gefühle sollen für Spannung sorgen, Siege und Niederlagen hervorbringen und Helden und Schurken voneinander abgrenzen. Das wird auch durch die Medien noch weiter vertieft und verbreitet. Eine gewisse Portion Bosheit gehört bei den Casting-Shows einfach dazu.<sup>8</sup> „Casting-Shows bedienen einen großen Markt. Die Sender finanzieren die aufwändigen Shows durch Anrufe der Zuschauer und Werbeblöcke, durch die Personalisierung können die Kandidaten parallel in unterschiedlichen Medien für Quoten, Klicks und Umsatz sorgen. Junge Zuschauer sehen in den Shows - stellvertretend für die eigene Entwicklung - Verwandlungen junger Menschen auf dem Weg zum Star und

---

<sup>7</sup> Vgl. Pörksen/ Krischke [2010] S.17 ff

<sup>8</sup> Vgl. Pörksen/ Krischke [2010] S.22 ff

können sich durch die Abgrenzung zu „peinlichen“ Kandidaten verorten.“<sup>9</sup>

## 4. Historie von TV-Shows in Deutschland

Genau gesehen, ist das deutsche Radio-Quiz älter als die Bundesrepublik. Als die ersten Quizsendungen im Radio liefen, bestand das Land nach dem zweiten Weltkrieg noch aus einzelnen Besatzungszonen. Kurz nach der Befreiung von der Nazi-Diktatur und vor der Gründung der Bundesrepublik, wurden im Hörfunk bereits die ersten Quizsendungen gesendet. Vermutlich fand die Premiere im Jahr 1946 statt. Im darauffolgenden Jahr sendete „Radio Frankfurt“, heute „Hessischer Rundfunk“, die erste Folge von „Doppelt oder Nichts“, moderiert von Just Scheu. Die deutsche Version vom amerikanischen Format „Take It or Leave It“. Der Hauptgewinn lag damals bei 160 Reichsmark, wovon man sich gerade ein Kilo Zucker kaufen konnte. Die Gewinne waren anfangs häufig von symbolischem Charakter.

Schon 1950 hatte sich das neue Genre Quiz/Game-Show im deutschen Hörfunk etabliert. Nahezu alle Sender boten bereits eine oder mehrere Sendereihen dieses Typs an.<sup>10</sup>

### 4.1 Die 50er Jahre

Zwischen 1950 und 1952 fand in Deutschland in einer Phase von Versuchsendungen das Fernsehen den Einzug in das Leben der Bevölkerung. Seit dem 25.12.1952 existiert ein tägliches Fernsehprogramm. Damals konnte jedoch nur das Radio als Massenmedium bezeichnet werden. Anfänglich waren nur etwa 1000 Fernsehgeräte im Umlauf. Innerhalb dieses Jahres stieg die Zahl auf etwa 3.657, wobei mehr als 40% dieser Geräte Gastwirten gehörten. Somit war das Fernsehen zu dieser Zeit eher ein öffentliches als ein privates Vergnügen.

Die Programmsparte Quiz/Game wurde wenige Jahre zuvor aus den USA importiert und hatte sich schon im bundesdeutschen Hörfunk etabliert. Am 15.02.1953 feierte die erste deutsche TV-Show mit dem Titel „Erzähler-Stafette“ ihre Premiere im deutschen Fernsehen. Heute würde man sie wohl als Game-Show bezeichnen.<sup>11</sup> Es war eine

---

<sup>9</sup> Medienanstalt Hamburg/ Schleswig-Holstein (MA HSH) [o.J.]

<sup>10</sup> Vgl. Hallenberger/ Kaps [1991] S. 17 ff

<sup>11</sup> Vgl. Hallenberger/ Kaps [1991] S.21

#### 4. Historie von TV-Shows in Deutschland

---

halbstündige Show mit dem Moderator Hans-Peter Rieschel. Drei namhafte Schriftsteller wurden eingeladen, um innerhalb einer kurzen Zeitperiode eine Geschichte über ein zuvor gelostes Thema zu erzählen. Die Sendung wurde jedoch nach nur zwei Episoden wieder abgesetzt. Im selben Sommer griff Hans-Peter Rieschel mit der Show „Thema mit Variationen“ die Idee erneut auf. Sie schaffte jedoch auch nicht den Sprung zu einer Reihe.<sup>12</sup> Am 18.02.1953, ein paar Tage nach „Erzähler-Stafette“, folgten die ersten Quiz-Shows mit den Titeln „Hell und Schnell“ und „Er oder Sie“. Hans-Peter Rieschel war auch bei diesen Sendungen als Moderator tätig, ebenso wie sein Kollege Franz Thomale.

Bekannte Radiomoderatoren wechselten zum Fernsehen, allen voran Hans-Joachim Kulenkampff. Er moderierte die Quizsendungen „Wo blieb deine Schulweisheit?“ und „Wer gegen wen?“, die als die ersten „großen“ Produktionen im deutschen Fernsehen gelten. Die Fernsehpremiere von „Wer gegen Wen?“ fand im September 1953 während der „Großen Deutschen Rundfunk-, Phono- und Fernsehausstellung“ in Düsseldorf statt. Hier feierte auch Peter Frankenfeld, der als kommender Spitzen-Unterhalter in Zukunft ins Gespräch rückte, mit einem täglich ausgestrahlten Talentwettbewerb „Wer will, der kann“ seine Erstaussstrahlung. Leider konnte der Titel den Inhalt der Sendung nicht wiedergeben, da zwar viele den Drang in sich spürten die Bühne zu betreten, bei den meisten jedoch aber das Können nicht sehr weit reichte.

Die herausragendste Show der Quiz- und Game-Shows von 1953 war „Ich seh’ etwas, was du nicht siehst“. Sie erwies sich als enormer Zuschauerfolg und stellte einen wahrscheinlich nicht mehr zu brechenden Rekord auf. Zu diesem Zeitpunkt gab es etwa 7.000 Fernsehteilnehmer. Es wurden jedoch unglaubliche 11.540 Lösungen von Zuschauern eingesendet. Dies zeigt das große Interesse der Masse an TV-Shows. Es kam zu diesem großen Zuschauererfolg der Sendung obwohl sie keine große Bühnenveranstaltung war. Die Sendung basierte auf der Idee von Ruprecht Essberger, Leiterin der Sendung war Dagmar Späth, eine Berliner Journalistin. Neu an dieser Show war, dass es nicht das Ziel war Hörfunk mit Bildern bereitzustellen, wie es noch mehrere Jahre üblich war, sondern der Grundgedanke war Quizsendungen und Game-Shows zu gestalten.

Das Radio galt immer noch als Massenmedium, das Fernsehen hingegen war eher eine Unterabteilung des Radios.<sup>13</sup> So erinnert sich Hans- Joachim Kulenkampff an die Anfänge

---

<sup>12</sup> Vgl. Fernsehlexikon [2008]

<sup>13</sup> Vgl. Hallenberger/ Kaps [1991] S.22 f



#### 4. Historie von TV-Shows in Deutschland

---

von Shows im deutschen Fernsehen: „Das Fernsehen war noch jahrelang hinter dem Hörfunk. Das war nicht so wichtig, das Radio war viel wichtiger. Dann haben sie gesagt, na, dann fotografieren wir das halt. Das hat niemanden interessiert, die haben uns alle fotografieren können. Und das waren dann die ersten Fernsehsendungen.“<sup>14</sup>

Gegensätzlich zu dieser Tatsache hatte „Ich seh’ etwas, was du nicht siehst“ das erste fernsehspezifische Konzept. Dabei wurden nie Kandidaten ins Studio eingeladen. Potenzielle Kandidaten waren alle Zuschauer zu Hause oder in Bars vor den Fernsehbildschirmen. Die Kandidaten mussten keine Fragen beantworten, sondern sollten optische Rätsel lösen. Es ging ständig darum, sich Details zu merken. Es wurde aber erst zum Ende der Sendung preisgegeben, um welches Detail es ging. „Ich seh’ etwas, was du nicht siehst“ gelang ebenso etwas sehr außergewöhnliches, was nicht viele Quiz- und Game-Shows von sich behaupten können. Die Sendereihe war nicht nur bei den Zuschauern allseits beliebt, sie wurde auch von den Kritikern in den höchsten Tönen gelobt.<sup>15</sup> „Ich seh’ etwas, was du nicht siehst“ gilt heute als der erste und einer der wichtigsten Meilensteine auf dem Weg zu heutigen Quiz- und Game-Shows. Dazu eine zeitgenössische Stimme: „Sie Sendung war vollendet fernsehgemäß aufgebaut und ganz auf die gute Beobachtungsgabe abgestellt. Sie war erkennbar sorgsam vorbereitet und genau durchdacht, einschließlich der geschmackvollen Dekoration, der glücklich zusammengestellten Mitwirkenden und der höchst ansprechenden Gesprächsführung der Gastgeberin Dagmar Späth. Die Sendung ist ein Erfolg von Ruprecht Essberger, der stets sauber und wohlüberlegt gestaltet; er und Frau Späth haben offenbar genau die Wünsche der Zuschauer getroffen. Diese Sendung war beste Unterhaltung, reizend dargeboten, anregend dem Inhalt nach und psychologisch klug aufgebaut.“<sup>16</sup>

Bis zum Ende der fünfziger Jahre blieben Hans-Joachim Kulenkampff und Peter Frankenfeld die absoluten Spitzenmoderatoren und Aushängeschilder der deutschen Fernsehunterhaltung. Zu dieser Zeit war das Fernsehen jedoch sehr schnelllebig gerade was die Produktionen der Beiden betraf. Sie waren immer wieder in neuen Quiz – und Game-Shows zu sehen. Sie haben damit einen wichtigen Meilenstein in der Geschichte der Quiz- und Game-Shows gelegt.<sup>17</sup>

---

<sup>14</sup> Boehnke/ Crone/ Sarkowicz [1990], S.136-143, S.139

<sup>15</sup> Vgl. Hallenberger/ Kaps [1991] S.22

<sup>16</sup> Hallenberger/ Kaps [1991] S.26

<sup>17</sup> Vgl. Hallenberger/ Kaps [1991] S.26

**Tabelle 1: Die Quiz- und Game-Shows der fünfziger Jahre mit den Moderatoren Hans-Joachim Kulenkampff und Peter Frankenfeld<sup>18</sup>**

**Peter Frankenfeld**



**Abb. 1 Portrait Peter Frankenfeld<sup>19</sup>**

**Hans-Joachim Kulenkampff**



**Abb. 2 Portrait HansJoachim Kulenkampff<sup>20</sup>**

„1:0 für sie“ 1954/1955

„Bitte recht freundlich“ 1956/1957

„Viel Vergnügen“ 1957/1958

„Heute Abend Peter Frankenfeld“ 1959

„Guten Abend!“ 1960/1961

„Dotto“ 1959-1961

„Wer gegen wen?“ 1953-1956

„Zwei auf einem Pferd“ 1956/1957

„Die glücklichen Vier“ 1957/1958

„Sieben auf einen Streich“ 1958/1959

„Quiz ohne Titel“ später „Der große Wurf“  
1959/1961

„Kleine Stadt ganz groß“ 1961

## **4.2 Die 60er Jahre - Die Fernsehlandschaft verändert sich**

Die Bundesregierung hatte um 1960 vor die Konkurrenz zwischen gebührenfinanziertem und kommerziellen Fernsehen einzuführen, so wie wir sie heute kennen. Es sollte ein neuer Zentralsender geschaffen werden, der seine finanziellen Mittel aus Werbeeinnahmen erwirtschaftet. Als Vorbild hierfür galten die Engländer, die seit 1955 ein solches Nebeneinander bereits in ihre Fernsehlandschaft integriert hatten. Der neue Sender wurde aufgrund der Regierungsnähe als „Adenauer-Fernsehen“ bezeichnet. Das „Adenauer-Fernsehen“ stieß auf massiven Widerstand seitens der oppositionellen SPD. Jedoch waren auch die CDU-regierten Länder gegen dieses Vorhaben. Im Februar 1961 wurden die Pläne für ein werbefinanziertes Fernsehen endgültig ad acta gelegt.

---

<sup>18</sup> Hallenberger/ Kaps [1991] S.26

<sup>19</sup> Peter-Frankenfeld-Schule Berlin [o.J.]

<sup>20</sup> Celebrities lists [o.J.]

#### 4. Historie von TV-Shows in Deutschland

---

Kurz darauf kam es zu der Überlegung ein zweites öffentlich-rechtliches Fernsehen zu integrieren. Das ZDF feierte schließlich am 1.4.1963 seine Premiere. Das Zweite deutsche Fernsehen wurde schnell eine echte Konkurrenz für die ARD. Der Sender setzte vor allem auf neue und attraktive Unterhaltungssendungen. Dieser Gedanke führte auch im Bereich Quiz- und Game-Shows zu einem „Boom“ im deutschen Fernsehen, da eine Vielzahl von neuen Unterhaltungssendungen in das Fernsehprogramm aufgenommen wurden. Dadurch veränderte sich die Programmsparte.<sup>21</sup> „Neues kam hinzu, ohne dass Altes verschwand“<sup>22</sup>.

1960 hielten zwei neue Starmoderatoren Einzug in die deutsche Fernsehlandschaft. Es handelte sich genaugenommen um Leihgaben, da es zu dieser Zeit keine Publikumsattraktionen im Angebot der deutschen Sender gab. Einer von beiden war Joachim „Blacky“ Fuchsberger, vom Film. Mit „Nur nicht nervös werden“, der deutschen Version der amerikanischen Reihe „Beat the clock“, gab er 1960 sein Fernsehdebüt als Game-Show-Moderator. Er verabschiedete sich zwar schon 1961 wieder von seiner neuen Rolle, jedoch kehrte er in den 70ern zurück und wurde mit zahlreichen Quiz- und Game-Shows zur Moderator-Ikone.

Der zweite neue Starmoderator der 60er Jahre war Loetje van Weerdenburg, besser bekannt als Lou van Burg. Er war der erste prominente Holländer im deutschen Fernsehen. Nach einem kurzen Auftritt im deutschen Fernsehen bot er den deutschen Sendern ein Spielkonzept, das er gemeinsam mit Jean-Paul Blondeau entwickelt hatte. Jedoch ohne Erfolg. Jean-Paul Blondeau war zu dieser Zeit ein bekannter Produzent, der an zahllosen Game-Shows beteiligt war. Das österreichische Fernsehen kaufte kurz darauf die Idee von Lou van Burg auf und begann die Sendung „Jede Sekunde ein Schilling“ auszustrahlen. Als in Deutschland die TV-Version des „Idealen Brautpaares“ floppte, wurde die Grundidee von „Jede Sekunde ein Schilling“ vom ORF gekauft. Im Gegensatz zu Joachim Fuchsberger konnte Lou van Burg direkt nach seinem Game-Show-Leiter-Debüt weitere Auftritte im deutschen Fernsehen mit verschiedenen Game-Shows feiern. Er war somit der „wahre“ neue Starmoderator der 60er Jahre. Nach „Jede Sekunde ein Schilling“ moderierte er von 1961-1962 „Sing mit mir, spiel mit mir“ und danach „Der goldene Schuss“ von 1964-1967, zwei TV-Shows mit immensen Zuschauererfolgen.<sup>23</sup>

In den 60ern erschienen insgesamt nicht nur sehr viele neue prominente Gesichter auf die Fernsehbildschirme, die Quiz- und Game-Shows moderierten, die Programmsparte änderte

---

<sup>21</sup> Vgl. Hallenberger/ Kaps [1991] S.39 f

<sup>22</sup> Hallenberger/ Kaps [1991] S. 40

<sup>23</sup> Vgl. Hallenberger/ Kaps [1991] S. 40 ff

#### 4. Historie von TV-Shows in Deutschland

---

auch allgemein ihr Gesicht. Die Anforderungen an die Kandidaten wandelten sich, das Sendungsspektrum wurde breiter und der ernste Unterton war nur noch selten zu hören. Das „klassische“ Quiz, wie man es aus den 50ern kannte, verschwand jedoch keineswegs. Es war ein sachter und langsamer Wandel. Sendereien, die sich bereits etabliert hatten, begannen neue Nuancen einzuführen. Manche zählten eher auf die Verbreitung des thematischen Rahmens von Quizsendungen. Andere zielten auf die Stärkung des spielerischen gegenüber dem ernsthaften Element. Themen wie Hobby und Freizeit rückten immer mehr in den Vordergrund. Aber auch das damalige Lieblingsthema der Deutschen, Reisen und Verkehr, rückten immer mehr in den Fokus. Sendungen wie „Freie Fahrt“ (1962), „(P)Reise auf Raten“ (1964-1966) oder „Rate mit Reise mit“ stießen aufgrund des großen Interesses für diese Bereiche auf immer mehr Zustimmung seitens der Zuschauer. So wandelte sich das Quiz nach und nach von der Abendschule zum Hobby-Test. Insgesamt nahmen vor allem Game-Showelemente gegenüber den reinen Quizsendungen zu. Das exakte Wissen geriet gegenüber dem Vermuten, Kombinieren und der sportlichen Betätigung immer stärker in den Hintergrund. Eine spezielle Sendereihe machte in ihrem Titel wie in ihrem Inhalt den Wandel der Programmsparte deutlich.

Die Sendung „Spiel ohne Grenzen“ hielt sich ganze 16 Jahre als Dauerbrenner im deutschen Fernsehprogramm. Sie wurde schon Jahre zuvor in Italien („Campanile sera“) und auch in Frankreich („Intervilles“) als nationales Städteturnier bekannt. 1965 tauchte sie dann erstmals mit deutscher Beteiligung in der ARD auf. Anfangs gab es zusätzlich eine Quizrunde, die 1967 wegfiel und den vielen sportlichen Spielen weichen musste. Idee der Sendung war es, mithilfe von aufwendigen Dekorationen und phantasievollen Spielen, zwischen europäischen Kleinstädten einen Beitrag zur Völkerverständigung und zur europäischen Integration zu leisten.<sup>24</sup> Doch dieses Ziel wurde häufig nicht erreicht. Rosemarie Mahl beschrieb das kritisch in der Frankfurter Rundschau als „Todernste Kämpfe im Dienste der Fremdenverkehrswerbung für die eigene Gemeinde, bei denen sich bisweilen Lokalpatriotismus mit unterschwelligem Nationalsozialismus verband.“<sup>25</sup> Dieser Aussage nach gibt es, wie heute auch, immer Kritiker die sich dagegen aussprechen. Doch der Zuschauererfolg sprach stetig für das „Spiel ohne Grenzen“, wodurch auch gerechtfertigt war, warum sie so lange auf Sendung war.

Die Spiele waren teilweise so gefährlich, dass Schädelverletzungen, Rippenbrüche und Prellungen hingenommen werden mussten. Deswegen wurden die Spiele nach 1970

---

<sup>24</sup> Vgl. Hallenberger/ Kaps [1991] S. 45 ff

<sup>25</sup> Vgl. Mahl [1973] S. 1

entschärft mit der Folge, dass die Show an Interesse verlor. Jedoch blieb sie bis 1980 im deutschen Fernsehen erhalten und ist somit eine der am längsten ununterbrochen ausgestrahlten Sendungen überhaupt in Deutschland.<sup>26</sup>

Bis Ende der 60er Jahre waren fast alle denkbaren Formen der Programmsparte Quiz- und Game-Show im deutschen Fernsehen vertreten. Somit sind die 60er Jahre wohl das wichtigste Jahrzehnt in der deutschen Quiz- und Game-Showgeschichte.

### 4.3 Die 70er Jahre

Auch noch 1974 gelang es mit „Der große Preis“ ein neues „altes“ Quiz zum Fernsehhit zu machen. Doch der Wandel der TV-Landschaft hielt auch nach den 60er Jahren an. Die Öffnung der Programmsparte Quiz/Game führte in den 70ern dazu, dass das Genre immer mehr versuchte den Zuschauer in spielerischer Form zum Nachdenken über sich selbst, die angelernten Verhaltensweisen und die Gesellschaft, in der man lebte, anzuregen. Das lag wohl auch daran, dass die Bundesrepublik die Wiederaufbauphase überstanden und man sich wieder einen gewissen Wohlstand zurück erarbeitet hatte.

Als nächstes großes Ziel wurde das Thema Eigenheim eingeführt. Schnell wurde klar, dass man sich zukunftsprospektiv nicht nur mit der Mehrung des eigenen Wohlstandes auseinander setzen konnte. Zu dieser Zeit zeichnete sich eine Rezession ab, so dass das Wirtschaftswachstum zurückging. Es war eine Zeit des Nachdenkens. Als Folge wurde die Familien-Game-Show „Wünsch dir was“ etabliert. „Wünsch dir was“ feierte am 20.12.1969 Premiere und lief bis 1972. Sie wurde von Dietmar Schönherr und seiner dänischen Ehefrau Vivi Bach geleitet.<sup>27</sup> Schönherr verkündete: „Unser Familienspiel soll alte Zöpfe abschneiden.“<sup>28</sup> Die Sendung lebte nach dem Motto „Fernsehen ist anstößig, wenn es nicht Anstoß erregt“<sup>29</sup> und „Am Samstagabend darf wieder gedacht werden“<sup>30</sup> Das Publikum sollte durch pädagogische Konzepte und wissenschaftliche Betreuung herausgefordert, verändert und bewegt werden. In insgesamt fünf verschiedenen Spielrunden, die Organisations-, Harmonie-, Delegations-, Kommunikations- und Rollenspiele beinhalteten, kämpften drei Familien aus Deutschland, Österreich und der Schweiz gegeneinander.

---

<sup>26</sup> Vgl. Hallenberger/ Kaps [1991] S. 48

<sup>27</sup> Vgl. Hallenberger/ Kaps [1991] S. 48 f

<sup>28</sup> HörZu [1978] S. 109

<sup>29</sup> Hallenberger/ Kaps [1991] S. 160

<sup>30</sup> Hallenberger/ Kaps [1991] S. 160

„Wünsch dir was“ hat das Publikum ständig mit provokanten Themen herausgefordert und bewegt. Die Sehbeteiligung hatte zwischen 18% bis 66% Marktanteil.<sup>31</sup> Durch die Auswahl der wiederkehrenden Provokationen wurde „Wünsch dir was“ die meistdiskutierteste Game-Show der Fernsehgeschichte. Sie wurde mit Protesten überschüttet, jedoch gerade deswegen von den Zuschauern und den professionellen Kritikern gleichermaßen geliebt. Sie konnte sicherlich mit dem Vorurteil aufräumen, dass Fernsehunterhaltung mit Belanglosigkeit gleichzusetzten sei.<sup>32</sup>

Insgesamt wurde in den 70ern der Unterhaltungswert zum Maß aller Dinge. Produktionen, die das Bewusstsein der Zuschauer verändern wollten, verloren immer mehr an Relevanz. Diese Veränderung blieb quasi ohne Auswirkung auf den Umfang des Angebotes. Die sozialkritischen Game-Shows verschwanden nach und nach, jedoch blieben alle anderen Variationen populär. Es wurden ernste Quizspiele, weniger ernste Quizspiele, televisionäre Gesellschaftsspiele, Kartenspiele und sportliche Spiele gesendet. Alles was Unterhaltungswert besaß, konnte erfolgreich werden. Außer dem in diesem Kapitel beschriebenen Format „Wünsch dir was“ und einzelner weniger anderer Sendereihen im Bereich Quiz- und Game-Show gab es in 70ern kaum etwas Aufsehererregendes. Häufig wurden nur neue Variationen von bereits bekannten Formaten als neuartig beworben. Das wirklich Neue in den 70ern waren die zahlreichen neuen Starmoderatoren. Hier einige neue Gesichter der 70er: Wim Thoelke mit „Der große Preis“, Hans Rosenthal mit „Dalli, Dalli“, Carl Dieter Heckscher, alias Dieter Thomas Heck, unter anderem mit „Toi-Toi-Toi“, Rudolf Wijbrand Kesselaar, alias Rudi Carell, als Nachfolger von Lou van Burg unter anderem mit „Am laufenden Band“, Tim „Frank“ Elstner unter anderem mit „Spiel ohne Grenzen“, Thomas Gottschalk mit „Telespiele“.<sup>33</sup> Die 70er bleiben also weniger durch neue Quiz- und Game-Show in Erinnerung, jedoch vielmehr durch die Fülle an neuen Starmoderatoren.

#### 4.4 Die 80er Jahre

Bereits 1970 war das Bildungsquiz schon nicht mehr die häufigste Sendungsvariante in der Programmsparte Quiz/Game-Show, dennoch behauptete es immer noch die Position der für das Genre typischen Sendungsform. In den 80er Jahren rückte dann schließlich eine andere Art von Sendung in den Vordergrund: Das Begriffsspiel. Diese Variante wurde zum dominierenden Trend in allen Fernsehkanälen. Es unterschied sich hauptsächlich darin

---

<sup>31</sup> Vgl. Hallenberger/ Kaps [1991] S. 160 f

<sup>32</sup> Vgl. Hallenberger/ Kaps [1991] S. 49

<sup>33</sup> Vgl. Hallenberger/ Kaps [1991] S. 52-57

#### 4. Historie von TV-Shows in Deutschland

---

vom Quiz, dass hier etwas gewusst wurde, im Begriffs-Spiel etwas genannt werden musste. Beim Quizspiel war es wichtig gebildet zu sein, um zu gewinnen. Beim Begriffs-Spiel hingegen ging es um die Kombinatorik und logisches Denken.<sup>34</sup>

Der Meilenstein der 80er Jahre ist und war die Sendung „Wetten, dass...?“. Sie feierte 1981 ihr Debüt mit Frank Elstner als Moderator und entwickelte sich zur erfolgreichsten Game-Show des ZDF. „Wetten, dass...?“ ist bis heute im Fernsehprogramm zu finden und ist somit auch die erfolgreichste TV-Show aller Zeiten. Bereits 1987 übernahm Thomas Gottschalk die Moderation nachdem der Erfinder und Moderator Frank Elstner die Show verließ.<sup>35</sup>

„Die Idee, Unbekannte im Rahmen von „Wetten“ skurrile Höchstleistungen vollbringen zu lassen und Prominente als „Wettpaten“ einzuführen, die beim Scheitern der Wette bzw. bei einer falschen Voraussage des Resultats eine „Gegenleistung“ zu erbringen haben, hat bis heute nichts von ihrer Attraktivität verloren.“<sup>36</sup>

Der promovierte Jurist Alfred Biolek ist sicher der unkonventionellste Game-Showmoderator, der mit „Mensch Meier“ 1985 seine Premiere in der Programmsparte Quiz/Game-Show feierte. Kandidaten mit ungewöhnlichen Lebensgeschichten kämpften in lockeren Spielen gegeneinander. Alfred Biolek brachte gesellschaftliche Probleme zur Sprache und sorgte dafür, dass verschiedene Künstler und Kunstformen, die sonst nur in zuschauerarmen Nachtprogrammen zu sehen waren, von einem Massenpublikum geschaut wurden. Alfred Biolek hat bis heute nur die Game-Show „Mensch Meier“ geleitet, doch dadurch wurde er zum Star der Programmsparte. Er zeigte, dass es in den 80ern möglich war, eine Game-Show zu gestalten, die intellektuell und anspruchsvoll war, ohne Erfolg einzubüßen.

Echte Innovationen der 80er waren „Wetten, das...?“, „Mensch Meier“ und „Herzblatt“. Erst 1986 machte sich ein neuer Trend bemerkbar. Zu dieser Zeit war die „Postmoderne“ das wichtigste Gesprächsthema der Deutschen. Der Gedanke war weniger neue Ideen als vielmehr „alte“ Ideen ohne Rücksicht auf historische Zusammenhänge frei zu kombinieren und gleichzeitig ironisieren zu können. Das war zwar für die Programmsparte Quiz/Game nichts neues, da dieser Entwicklungsstand bereits Ende der 60er erreicht war. Als typisch postmodernes Element kam jedoch hinzu, dass Quiz- und Game-Shows einen ironischen

---

<sup>34</sup> Vgl. Hallenberger/ Kaps [1991] S. 51

<sup>35</sup> Vgl. Hallenberger/ Kaps [1991] S. 56

<sup>36</sup> Hallenberger/ Kaps [1991] S. 56

#### 4. Historie von TV-Shows in Deutschland

---

und auch zynischen Unterton bekamen. Bisher stand bei Game-Shows immer das Spiel im Mittelpunkt und es wurde immer ernstgenommen. Plötzlich traten jedoch Sendereihen auf, die mit den Spielen spielten und auch das Genre insgesamt parodierten. Hauptsächlich waren für diese Entwicklung drei Sendereihen verantwortlich, die beim Publikum einigermaßen beliebt waren, jedoch von den Kritikern verdammt wurden. Es handelte sich dabei um „4 gegen Willi“ mit Mike Krüger, „Donnerlippchen“ mit Jürgen von der Lippe und „Alles Nichts Oder?!“ mit Hella von Sinnen. Bei „4 gegen Willi“ gab es Ansätze zur Game-Show-Parodie in der Game-Show. Hier waren häufig die Kandidaten Opfer von Parodien. Bei „Donnerlippchen“ herrschte durchgängig ein parodistischer Unterton. Dabei wurden Kandidaten in die Parodien mit einbezogen, ohne bloßgestellt zu werden. Bei „Alles Nichts Oder?!“ traf es nur die Moderatoren.

Seit Beginn des Fernsehens war die Vermehrung von Quiz- und Game-Shows ziemlich beständig. In den 80er Jahren kam es zu einer Flutwelle von Quiz- und Game-Shows. 1989 gab es eine unglaubliche Fülle an Sendereihen dieser Programmsparte. Allein bei der ARD, dem ZDF und den dritten Programmen der ARD gab es 53 verschiedene Sendereihen mit insgesamt 469 Einzelsendungen. Diese Welle der öffentlich-rechtlichen Sender begann, bevor es zur Konkurrenz mit den privaten Sendern kam. Die Jagd nach Einschaltquoten zwischen den öffentlich-rechtlichen Sendern hatte sich stark verschärft. Gegenüber fiktionalen Sendungen hatte die Programmsparte Quiz/Game-Show den wichtigen Vorzug, sich preiswerter herstellen zu lassen. Die Einrichtung eines Studios für eine Sendereihe muss nur einmal erfolgen und kann dann beliebig oft benutzt werden. Aufgrund des Kostenaufwandes war zu erwarten, dass die privaten Sender, die Ende der 80er zu wachsenden Konkurrenten der öffentlich-rechtlichen Sendern wurden, zusätzlich zur Quiz- und Game-Show-Welle beitrugen. Genau dieses Szenario trat schließlich ein, allerdings mit Unterschieden von Sender zu Sender.

Das aus den USA eingekaufte Format „Wheel of Fortune“, oder deutsch „Glücksrad“, feierte 1988 sein Debüt auf SAT 1. Zuvor hatte es nur wenige Game-Shows auf SAT 1 gegeben, jedoch erwies sich das „Glücksrad“ als größter Hit der jungen Geschichte von SAT 1. Eine Sendereihe mit immensem Zuschauererfolg wurde bei den privaten Sendern geboren.<sup>37</sup>

---

<sup>37</sup> Vgl. Hallenberger/ Kaps [1991] S.57-62



#### 4.4.1 Übersicht der Quoten von TV-Shows im öffentlich-rechtlichen Fernsehen 1986

**Tabelle 2: Rangliste nach Zuschauern ab 14 Jahren<sup>38</sup>**

1.	Wetten, daß...? (ZDF)	38%
2.	Vier gegen Willi (ARD)	29%
3.	Donnerlippchen (ARD)	27%
	Einer wird gewinnen (ARD)	27%
5.	Dalli-Dalli (ZDF)	26%
	Der große Preis (ZDF)	26%
	Die verflixte 7 (ARD)	26%
8.	Auf los geht's los (ARD)	24%
	Show und Co. Mit Carlo (ZDF)	24%
10.	Mensch Meier (ARD)	22%
	Was bin ich?	22%

**Tabelle 3: Rangliste nach Marktanteil (Zuschauer ab 14 Jahren)<sup>39</sup>**

1.	Wetten, daß...? (ZDF)	71,5%
2.	Dalli-Dalli (ZDF)	64,5%
3.	Der große Preis (ZDF)	61,9%
4.	Einer wird gewinnen (ARD)	59,8%
5.	Gefragt, gewußt, gewonnen (ARD)	57,4%
6.	Vier gegen Willi (ARD)	57,1%
7.	Donnerlippchen (ARD)	56,4%
	Zu Lande, zu Wasser ... (ARD)	56,4%

---

<sup>38</sup> Hallenberger [1989] S.7

<sup>39</sup> Hallenberger [1989] S. 8

#### 4. Historie von TV-Shows in Deutschland

---

9.	Nur keine Hemmungen (SDR/SWF)	56,0%
10.	Mensch Meier (ARD)	55,8%

Die Zahlen zeigen und beweisen, dass „Wetten, daß...?“ 1986 eindeutig und mit großem Abstand die erfolgreichste Game-Show der öffentlich-rechtlichen Sender ist. Dahinter befindet sich eine relativ große Gruppe von Sendereihen, die nur geringe Zahlenabstände trennen. Es muss jedoch zu den Resultaten einzelner Sendungen aufgrund der Hintergründe folgendes angemerkt werden:

„Vier gegen Willi“ wurde 1986 nur in den fernsehintensiven Wintermonaten ausgestrahlt. Daraus ergibt sich das bessere Abschneiden in Tabelle 2 und das etwas schlechtere Ergebnis in Tabelle 3.

„Gefragt, gewusst, gewonnen“, „Zu Lande, zu Wasser und in der Luft“ und „Nur keine Hemmungen“ hatten ihren Sendeplatz alle außerhalb des Hauptabendprogramms. Dadurch tauchen sie prinzipiell nicht in Tabelle 2 auf, da generell zu diesen Sendezeiten auch weniger Menschen fernsehen.

Die Programmkonkurrenz wird in beiden Tabellen nicht berücksichtigt, das heißt die Attraktivität des jeweiligen Konkurrenzprogrammes, beziehungsweise der Konkurrenzprogramme. Deshalb muss bei der Beurteilung berücksichtigt werden dass:

- zur Hauptsendezeit am Samstagabend von ARD und ZDF viel Wert auf die Attraktivität der Sendungen gelegt wird. Dadurch wird den Werten in Tabelle 3 von „Wetten, daß...?“, „Vier gegen Willi“ und „Einer wird gewinnen“ besonderes Gewicht verliehen
- überhaupt am Samstagabend viel ferngesehen wird. Dadurch können Formate, wie „Auf los geht's los“ und „Die verflixte 7“, in Tabelle 2 auftauchen, ohne auch gleichzeitig hohe Markanteile zu erzielen.
- die dienstags um 20 Uhr 15 vom ARD gezeigten Quiz- und Game-Shows normalerweise mit Spielfilmangeboten vom ZDF konkurrierten. Deshalb muss den Werten von „Donnerlippchen“ und „Was bin ich“ ein besonders hohes Maß an Wertschätzung gezeigt werden.
- die ZDF-Shows „Dalli-Dalli“, „Der große Preis“ und „Show und Co. Mit Carlo“ (jeweils donnerstags um 19 Uhr 30) genau wie die ARD-Reihe „Mensch Meier“

(donnerstags 21Uhr 30) mit weniger attraktiven Programmen konkurrieren. Dadurch werden die Werte relativiert.<sup>40</sup>

### 4.5 Die 90er Jahre

Neue Innovationen an Quiz- und Game-Shows bleiben in den 90ern aus. Es scheint als wäre bis Anfang der 90er Jahre jede mögliche Variante von Quiz- und Game-Show bereits im deutschen Fernsehen gezeigt worden. Die Flutwelle an Game-Shows im deutschen Fernsehen hielt bis etwa Mitte der 90er Jahre an. Trotz noch akzeptabler Einschaltquoten wurde eine Sättigung des Marktes erreicht. Die Zuschauerzahlen erschienen der Werbeindustrie zu unattraktiv. Erfolgreiche Sendereihen wie „Der Preis ist heiß“ mit Harry Wijnvoord wurden zunächst in das Vorabendprogramm integriert und später eingestellt. Andere, wie beispielsweise das „Glücksrad“ wurden auf einen unbedeutenderen Sender der gleichen Sendegruppe verlegt.

Interessant war an den 90er Jahren, dass das klassische Quiz, wie wir es aus den 50ern kannten, wieder Einzug in die deutsche Fernsehlandschaft hielt. Ausschlaggebend dafür war zunächst der internationale Erfolg des britischen Formats „Who Wants to Be a Millionaire“, in Deutschland „Wer wird Millionär“ mit Günther Jauch. Plötzlich bestand wieder ein großes Interesse an den „alten“ Quizsendungen. Gleichzeitig kam es zu einem „Quizboom“ bei Brettspielen wie zum Beispiel „Trivial Pursuit“. Deshalb wollten viele auch die Frage-Antwort Quizsendungen zurückhaben. Jedoch unterscheiden sich die Quizsendungen der Neuzeit in einem Detail. In den 50ern war die Devise: Wissen gegen Gewinn. Die heutigen Quizsendungen agieren dagegen immer mit Hilfsmitteln wie Antwortmöglichkeiten oder/und Jokern. Dadurch ergaben sich für den Kandidaten mehrere Möglichkeiten die Frage zu beantworten. Möglich ist logischerweise die Antwort zu wissen, so wie es früher der Fall war. Ein zweiter Weg ist das Vermuten, Abwägen, Aussortieren oder Streichen von sicher, oder vermutlich falschen Antworten. Eine dritte Möglichkeit ist das blinde Raten und somit durch Glück zum Erfolg zu gelangen. Einen Joker zu setzen kann eine zusätzliche Hilfestellung sein.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Hallenberger [1989] S.9 f

<sup>41</sup> Vgl. Leonhardt/ Ludwig/ Schwarze/ Straßner [2002]

### **4.6 Das 21te Jahrhundert – Casting-Shows dominieren das deutsche Fernsehen**

Wenn man die Talentwettbewerbe der späten 50er und frühen 60er Jahre außer Acht lässt, beginnt mit dem Jahr 2000 die erste Casting-Show „Popstars“ in Deutschland, wobei ein neuseeländisches Format übernommen wurde. Dabei wurde die Gesangsgruppe „No Angels“ kreiert, die über das Ende der Staffel hinaus den Erfolg der Show fortsetzte. Die „No Angels“ sind, obwohl sie sich schon lange getrennt haben, bis heute die erfolgreichsten aus einer Casting-Show entstandenen Künstler.

In rascher Folge wurden weitere Casting-Shows mit unterschiedlicher Zielsetzung der verschiedenen Sender platziert. Die zweite Casting-Show auf dem Markt, „Deutschland sucht den Superstar“(2002), war von Anfang an sehr erfolgreich, sodass die folgenden Staffeln bis heute fester Programmbestandteil sind.

Die nächste Casting-Show war „Germany next Topmodel“(2006), wobei hier ein Top-Model aus einer Vielzahl junger Frauen herausgefiltert werden sollte.

Ein anderes Format erschien 2007 mit „Das Supertalent“. Hier wurde das Spektrum der Talente offen gehalten, sodass neben musikalischen nun auch künstlerische und artistische Talente gesucht wurden.

Nach einer Pause erschienen schon die nächsten Musik-Castings. Dabei wurde in der Regel das Setting und vor allem die Umgangsformen gegenüber den Kandidaten geändert. Zu nennen sind hier „Unser Star für Oslo“ und „X Factor“.

Die jüngsten Musik-Castings waren 2011 „The Voice of Germany“ und „Unser Star für Baku“. Zeitgleich erschien nochmals ein Model-Casting des Senders Vox: „Das perfekte Model“.

Die Filterung eines Stars aus einer großen Anzahl von Bewerbern, haben alle Casting-Shows gemeinsam, sodass der Eindruck vermittelt wird, alle Teilnehmer hätten ihre Chance. Nachdem zunächst nur Musiktalente gesucht wurden, konnten sich nach einer Wartezeit auch andere Arten von Künstlern im Wettbewerb versuchen.

Das Interesse für die überwiegend jugendlichen Zuschauer liegt hauptsächlich in der Identifikation mit einem Kandidaten, der über die Sendung hinaus im Freundeskreis Diskussionsstoff bietet. Die Kandidaten werden seitens der jeweiligen Jury hinsichtlich

ihrer Belastbarkeit, Gruppenfähigkeit und Kooperationsfähigkeit geprüft, wobei mehr oder weniger großen Wert auf das Finden einer Persönlichkeit gelegt wird, sondern vielmehr eine Marke kreiert wird.

Weitere neue Formen von TV-Shows des 21. Jahrhunderts sind Sendungen, in denen das Finden einer Partnerschaft im Vordergrund steht, so zum Beispiel „Der Bachelor“.

Parallel dazu laufen zahlreiche Formate der vergangenen Jahre weiter. Somit verteilen sich die Zuschauerquoten auf eine Vielzahl von Sendungen, das heißt die numerischen Zuschauerzahlen sinken.

Ein neues Format besteht seit 2006 mit der Game-Show „Schlag den Raab“. Hierbei sind von den Kontrahenten des Stefan Raab vielfältige Talente gefordert, um in einer mehrstündigen Samstagabendsendung gegen ihn erfolgreich zu bestehen. Das Genre Game-Show, vor allem das eins gegen eins, wird gerne in verschiedenen Variationen ausgestrahlt wie auch zum Beispiel „Elton vs. Simon“.

Aber auch das Genre Quiz-Show bleibt mit „Wer wird Millionär“ und ähnlichen Formaten in der deutschen Fernsehlandschaft vertreten.<sup>42</sup>

## 5. Grundelemente von TV-Shows

Nachfolgend werden die wesentlichen Komponenten von TV-Shows vorgestellt.

### 5.1 Die Moderation

Im Gegensatz zu Schauspielern wendet sich der Moderator immer direkt an den Zuschauer. Durch das Sprechen in die Kamera wird eine Verbindung zwischen der Fernsehwirklichkeit und der Realität in den Wohnzimmern hergestellt. Verliert ein Moderator die Akzeptanz der Zuschauer, sinkt die Einschaltquote meist enorm schnell. Es hängt von den Inhalten und von der Zielgruppe des Programms ab, welche Verhaltensweisen und Eigenschaften ein Moderator haben muss, um glaubwürdig zu sein. Klischees, die sich in den Köpfen der Zuschauer abspielen, spielen dabei eine wichtige

---

<sup>42</sup> Lünenborg/ Martens/ Köhler/ Töpper [2011]

Rolle. Es gibt grundsätzlich zwei Möglichkeiten mit Klischees umzugehen. Entweder werden sie vom Sender bedient oder sie werden gebrochen.

Ein Beispiel: Ein 25-jähriger Mann moderiert eine Musik-Casting-Show und ein 16-jähriges Mädchen die Nachrichtensendung für Jugendliche. Beide repräsentieren die Kernzielgruppe, was optimal sein kann, jedoch nicht optimal sein muss. Der Zuschauer erwartet eine glaubwürdige Sendung, weil die Moderatoren den Klischees der Zuschauer gerecht werden. Der große Nachteil ist, dass sich durch eine solche Strategie die Sendung nicht von anderen abhebt und somit nicht herausragt. Hingegen lenkt der Bruch eines Klischees die Aufmerksamkeit auf die Sendung und zieht die Zuschauer an. Jedoch steht ein Moderator, der die Klischees nicht bedient unter ständiger und genauer Beobachtung. Offensichtliche Fehler werden dem Moderator vom Publikum meist nicht verziehen.

1997 setzte das ZDF Sportstudio zum ersten Mal eine Frau in einem von Männern dominierten Format ein. Die Schlagzeilen der Presse überschlugen sich. Carmen Thomas setzte dem jedoch mit ihrem Versprecher schnell ein Ende. Sie sprach von „Schalke 05“ statt „Schalke 04“. Einem Moderator hätte jeder diesen Versprecher schnell verziehen, Carmen Thomas verlor jedoch ihre Glaubwürdigkeit und wurde gekündigt.<sup>43</sup> „Das größte Glaubwürdigkeitsrisiko geht ein Sender ein, wenn er einen Moderator wählt, der weder zur Zielgruppe noch zum Themenklischee passt. Gleichzeitig beinhaltet eine solche Wahl die größte Chance, Aufmerksamkeit zu erzeugen.“<sup>44</sup>

Eine Sendung wird durch den Moderator und seine ganze Persönlichkeit repräsentiert. Deshalb werden von den Redaktionen regelmäßig Castings für Moderatoren organisiert. Den potentiellen Moderatoren werden Aufgaben gestellt, die meist speziell auf die Sendung bezogen sind und die sie vor der Kamera lösen müssen. Um festzustellen, wie der Moderator beim Publikum ankommt, werden häufig aufgezeichnete Castings in sogenannten Zuschauertests gezeigt. Die gewünschte Zielgruppe analysiert dann zum Beispiel in einer Gruppendiskussion wie gut der Moderator zum Format passt. Die Sender investieren viel Zeit und Geld in die Auswahl des für das Format so wichtigen Moderators. Er ist sozusagen das Aushängeschild und das Gesicht der Sendung. Stellt sich die Auswahl später als falsch heraus, wird in der Regel der Vertrag aufgelöst.

Die Ausstrahlung eines Moderators lässt sich leicht verstärken oder abschwächen. Die Auswahl der Kleidung durch die Redaktion nimmt dabei eine wichtige Rolle ein. Als

---

<sup>43</sup> Vgl. Karstens/ Schütte [1999] S.193 ff

<sup>44</sup> Karstens/ Schütte [1999] S.194

Beispiel ist ein Nachrichtensprecher im Hawaii-Hemd zwar sehr auffällig und gewinnt an Aufmerksamkeit, verliert jedoch gleichzeitig deutlich an Glaubwürdigkeit. Allerdings lässt sich das Aussehen schnell abändern und auf das Format zuschneiden. Die Verbesserung von Betonung und Aussprache lässt sich erarbeiten. Für Körpersprache und Verhalten wird oft ein Moderatorencoach hinzugezogen, der dem Moderator eine Entwicklungsrichtung vorschlägt und sie mit ihm umsetzt.

Die Moderation ist ein facettenreiches Gebiet und bietet in einem gewissen Rahmen ein breites Spektrum an Möglichkeiten der Veränderung des Moderators. Wie ein Moderator beim Zuschauer ankommt, entscheiden also viele Faktoren. Jedoch gibt es keine Regel zur Auswahl eines perfekten Moderators für ein bestimmtes Format.<sup>45</sup>

### 5.2 Das Studio

Das Studio ist ein wichtiger Faktor um die Glaubwürdigkeit einer Sendung zu stärken. Ein Studio zeigt immer nur einen von der Bildgestaltung ausgesuchten Ausschnitt der Wirklichkeit. Es zeigt einen Rahmen um etwas einzuschließen und bestmöglich zur Geltung zu bringen. Ziel ist es, einen speziellen Inhalt einzigartig zu machen und ihn somit hervorheben. Das Studio sollte immer zum Charakter und Stil der Sendung passen. Es trägt einen wesentlichen Teil zum Erfolg der Sendung bei.

Das Studio stellt auch eine visuelle Konstante dar. Der Zuschauer findet durch die Stetigkeit der Designelemente von Folge zu Folge immer wieder Orientierung. Jeder zappende Zuschauer erkennt innerhalb weniger Sekunden, um welche Art von Show es sich hier handelt. Damit das möglich ist, muss das Studio leicht wahrnehmbar sein. Auf eine einfache und klare Weise sollte sich das Studio von anderen Studios unterscheiden. Sobald sich ein Zuschauer auf die Sendung eingelassen hat, sollte alles dafür getan werden, um ihn zu halten. Ein Studio muss zwar markant sein, den Zuschauer jedoch nicht überfordern, sonst hat das Studio seine Aufgabe nur teilweise erfüllt. Das Gestaltungsprinzip eines Studios sollte so gewählt werden, dass man gerne dorthin geht und lange bleibt aber es sich auch von Anderen unterscheidet.<sup>46</sup> „Was auffällt, bekommt Aufmerksamkeit.“<sup>47</sup> Ein einfarbiger Hintergrund im Studio oder ein Studio, welches fast leer ist, sind zwar auffällig, können aber weder zur Glaubwürdigkeit noch zur Relevanz der Sendung beitragen. Sie laden nicht dazu ein, länger in der Sendung zu verweilen und

---

<sup>45</sup> Vgl. Karstens/ Schütte [1999] S.193 ff

<sup>46</sup> Vgl. Karstens/ Schütte [1999] S.217 ff

<sup>47</sup> Karstens/ Schütte [1999] S.219

tendieren schnell zur Eintönigkeit, was den Zuschauer innerhalb weniger Minuten bewegen kann, das Programm zu verlassen.

Ein Studio hingegen, das zu komplex und vielfältig gestaltet wurde, lässt die Wiedererkennbarkeit von Folge zu Folge vermissen. Dadurch wird die Ausbildung einer Sehgewohnheit durch das Studio drastisch verringert.

Ein weiterer wichtiger Punkt für das Studio ist die Nähe zum Zuschauer. Die Zuschauernähe spiegelt sich in den Gestaltungselementen wieder. Alles was als Studiodekoration verwendet wird, erzeugt beim Zuschauer Nähe. Dabei wird hauptsächlich auf den persönlichen Erfahrungsbereich eines Menschen verwiesen. Deswegen werden häufig Dekorationsgegenstände die jeder besitzt verwendet. Beispiele dafür sind Schreibtische, Sofas oder Stehlampen, die in das Studiobild integriert werden.<sup>48</sup>

Speziell Shows sind häufig mit einer LED-Wand hinter der Bühne bestückt. Auf diese lassen sich alle möglichen Lichteffekte, sowie Videos oder Fotos abspielen. Mit der Einführung der LED-Wände wird nun immer mehr auf das Beschaffen und Aufbauen „echter“ Studiodekoration verzichtet oder sie wird zumindest minimiert. Das führt zu einer erheblichen Reduktion der Kosten beim Aufbau des Studios.

### 5.3 Live-Shows

Eine Live-Show bedeutet für den Zuschauer ein Ereignis. Sie ragen über den normalen Fernsehalltag hinaus. Hauptsächlich ergibt sich ein großer Teil der Relevanz aus der Übertragungsform. Das ausschlaggebende Argument für die Zuschauer ist die Aufhebung der Trennung von Produktion und Konsum. Der Zuschauer ist direkt integriert und ist somit genau wie die Gäste im Studio Augenzeuge des Geschehens. Die meisten Konsumenten gehen davon aus, dass bei einer Live-Show ein hoher technischer und organisatorischer Aufwand betrieben wird.<sup>49</sup> „Aus dieser Annahme entwickelte sich über die Gleichsetzung „Großer Einsatz – Große Bedeutung“ die Signalwirkung von Relevanz.“<sup>50</sup>

Eine Live-Sendung hat durch die Verbundenheit von Raum und Zeit ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit. Manipulation durch die Redaktion sehen die Zuschauer als nahezu ausgeschlossen an, da sie permanent das Geschehen verfolgen. Jedes unvorhergesehene

---

<sup>48</sup> Vgl. Karstens/ Schütte [1999] S.219 f

<sup>49</sup> Vgl. Karstens/ Schütte [1999] S.227

<sup>50</sup> Karstens/ Schütte [1999] S.227



## 6. Deutschland sucht den Superstar

---

Ereignis, wie ein Versprecher oder ein nicht getroffener Ton beim Singen, während einer Live-Show erhöht die Glaubwürdigkeit noch um ein Vielfaches.

Durch die Angst vor Pannen oder Missgeschicken werden heute die meisten Shows Live on Tape produziert. Im Studio wird gearbeitet, als wäre es eine Live-Sendung. Jedoch wird die komplette Sendung aufgezeichnet. Da Umbauphasen oder Abbrüche kaum oder gar nicht erkennbar sind, bleibt dem Zuschauer die zeitliche und räumliche Kontinuität. Somit können Shows kostengünstiger produziert werden, weil es möglich ist, mehrere Sendungen am Tag aufzuzeichnen. Seitens der Redaktion muss hierbei jedoch genauestens auf Details geachtet werden, um nicht an Glaubwürdigkeit zu verlieren. Zum Beispiel ist es unglaublich die Zuschauer in Sommerkleidern zu zeigen während draußen eisige Kälte herrscht.<sup>51</sup>

## 6. Deutschland sucht den Superstar



Abb. 3 Logo Deutschland sucht den Superstar<sup>52</sup>

„Deutschland sucht den Superstar“, oder kurz DSDS, wurde das erste Mal im Herbst 2002 vom Fernsehsender RTL ausgestrahlt und ist eine Casting-Show für Gesangstalente. Das Konzept basiert auf der britischen Sendung „Pop Idol“. Sie ist seitdem eine der erfolgreichsten TV-Shows in Deutschland und geht 2012 mit der neunten Staffel bei RTL auf Sendung. Es handelt sich hierbei um eine Casting-Show, bei der am Ende einer Staffel Deutschlands Superstar gekürt wird. Dieser erhält die Gewinnsumme von 500.000 Euro sowie einen Plattenvertrag mit der Universal. In der neunten Staffel wurde in 35 Städten in Deutschland, Österreich und der Schweiz gecastet. „Poptitan“ Dieter Bohlen ist seit Beginn von DSDS unverzichtbar für die TV-Show und das Gesicht der Sendung. Die achte

---

<sup>51</sup> Vgl. Karstens/ Schütte [1999] S.227

<sup>52</sup> topmodels community [2011]

Staffel sahen durchschnittlich 6,38 Millionen Zuschauer was einen Marktanteil von 32,4 % der werberelevanten Zielgruppe ausmacht und bisher der beste Wert der Sendung ist.<sup>53</sup>

### 6.1 Dieter Bohlen



**Abb. 4 Dieter Bohlen<sup>54</sup>**

Dieter Bohlen wurde am 07. Februar 1954 in Berne, Niedersachsen, geboren. Er ist heute Musiker, Produzent, Jurymitglied und Songwriter. Seine Kindheit verbrachte er in Oldenburg. Nach seinem abgeschlossenen Abitur am Wirtschaftsgymnasium zog es ihn nach Göttingen, um sein Studium im Bereich Betriebswirtschaftslehre zu beginnen. Dieses schloss er 1978 als Diplom-Kaufmann ab. Bereits während seiner Schulzeit komponierte Bohlen eigene Songs, jedoch mit mäßigem Erfolg. 1980 arbeitete er dann als Produzent für die Berliner Schallplattenfirma Hansa. Er versuchte sich auch als Solokünstler unter dem Pseudonym „Steve Benson“. Keine seiner drei Singles schaffte es unter die Top 100 und somit wurde das Projekt 1981 wieder aufgelöst. 1983 nahm Dieter Bohlen erstmals an der Vorentscheidung des Grand Prix Eurovision de la Chanson teil. Bernd Clüver sang den von Bohlen komponierten Titel „Mit 17“ und belegte den dritten Platz.

Bohlen veröffentlichte zusammen mit Thomas Anders ab 1982 sechs Singles mit deutschen Texten, jedoch ohne Erfolg. Im Herbst 1984 gründete er das Duo „Modern Talking“ zusammen mit Thomas Anders. Daraufhin erzielte er Erfolge in den europäischen, asiatischen und afrikanischen Hitparaden und kam zu einem internationalen Erfolg. Mit den Titeln „You’re My Heart, You’re My Soul“, „You Can Win If You Want“, „Cheri Cheri Lady“, „Brother Louie“ und „Atlantis Is Calling (S.O.S. for Love)“ gelang ihm fünf Mal der Sprung auf Platz eins der deutschen Singlecharts. Aufgrund eines Streits trennten sich Modern Talking 1987 wieder. Danach produzierte und schrieb Bohlen für seine Entdeckung C. C. Catch (Heartbreak Hotel). 1998 kam es zur Wiedervereinigung

---

<sup>53</sup> Vgl. Grundy Light Entertainment [o.J.]

<sup>54</sup> tz-online [2009]

von „Modern Talking“ allerdings blieb das Duo nur bis 2003 zusammen. Im Jahr 2002 wird der berühmte „Poptitan“, erstmals Jurymitglied bei „Deutschland sucht den Superstar“. Von Anfang an hält er sich nicht zurück mit seinen umstrittenen Aussagen gegenüber Kandidaten.<sup>55</sup> Dazu Dieter Bohlen: „Meine Sprüche sind Kunst. Ich erzähle was mir gerade in den Kopf kommt.“<sup>56</sup> Auch dadurch wurde er zu einer festen Größe der Show und ist bis heute jedes Jahr wieder als Jurymitglied vertreten. 2003 nahm er mit den zehn Finalisten der ersten Staffel von DSDS die Single „We Have a Dream“ auf. Sie wurde zur meistverkauften Single des Jahres. In der ZDF-Show „Unsere Besten“ wurde sicherlich auch deswegen Bohlen bei einer Zuschauerumfrage auf Platz 30 der „größten Deutschen“ gewählt. Das von Dieter Bohlen produzierte DSDS-Album „United“ wurde auch zum kommerziellen Profit. Die Zusammenarbeit mit dem Gewinner der ersten Staffel Alexander Klaws und dem DSDS-dritten Daniel Küblböck brachten es kurzzeitig zu ansehnlichen Erfolgen. Die zweite Staffel konnte jedoch nicht an den Erfolg der ersten anknüpfen. Er brachte dennoch das Album „Magic of Music“ mit zwölf Singles aller Finalisten heraus. Auch dieses konnte nicht mehr an den immensen Erfolg von „United“ anknüpfen. Für Elli Erl, die Siegerin, schrieb er den Gewinner-Song „This Is My Life“. Sie weigerte sich jedoch aufgrund von Bohlens Musikstil länger mit ihm zusammenarbeiten. Bei der dritten Staffel schrieb Dieter Bohlen weder den Siegersong noch war er an der Produktion des Albums der Finalisten beteiligt. Bei der vierten Staffel war er erneut nicht am Final-Song beteiligt, jedoch arbeitete er noch lange mit dem Gewinner Mark Medlock an mehreren Alben. Bei der sechsten Staffel konnte er mit dem Sieger Daniel Schuhmacher wieder einen Nummer Eins Hit produzieren. 2010 produzierte er erneut zusammen mit dem Sieger Mehrzad Marashi den Sieger-Song „Don’t Believe“. In der achten Staffel 2011 gelang ihm mit dem Erst- und der Zweit-Platzierten Pietro Lombardi und Sarah Engels sogar die Plätze Eins und Zwei der deutschen Singlecharts zu besetzen. In der zehnten Staffel von DSDS, also 2013, werden aufgrund sinkender Quoten die Jurymitglieder erneut ausgetauscht. Dieter Bohlen ist aber weiterhin nicht wegzudenken aus diesem Format und wird wieder einen festen Platz haben.

Seit 2007 ist Dieter Bohlen auch in der RTL-Casting-Show „Das Supertalent“ als Jurymitglied tätig. Auch hier ist er der ausnahmslose Träger des Formats. Während die Jurymitglieder nach meist nur einer Staffel ersetzt werden, behält Dieter Bohlen seine Stellung permanent und ist auch hier nicht wegzudenken. Ende 2012 werden nun Thomas

---

<sup>55</sup> Vgl. Chartsurfer [o.J]

<sup>56</sup> tz-online [2009]

Gottschalk und Michelle Hunziger die Juryplätze neben ihm besetzen. Dabei kommt es vor allem zwischen Thomas Gottschalk und Dieter Bohlen zu einem Treffen zweier Showgrößen des deutschen Fernsehens.<sup>57</sup>

Dieter Bohlen gilt als der erfolgreichste deutsche Musikproduzent aller Zeiten und wird deshalb als „Poptitan“ bezeichnet. Allein bis 2008 hat er bereits 160 Millionen selbst produzierte Tonträger verkauft.

Auch als Autor konnte Dieter Bohlen Erfolge verzeichnen. Die 2002 veröffentlichte Autobiografie „Nichts als die Wahrheit“ wurde direkt zum bestverkauften Buch des Jahres. 2003 stellte er dann sein zweites Buch „Hinter den Kulissen“ vor. Aufgrund von vielen Einzelheiten über Prominente, die eine einstweilige Verfügung erwirkten, wurde der Verkauf der Erstauflage eingestellt. Danach durfte nur noch Fassungen ohne die beanstandeten Behauptungen verkauft werden. 2008 schrieb er dann sein drittes Buch „Der Bohlenweg – Planieren statt Sanieren“.<sup>58</sup>

### 6.2 Die Jury

Die Jury wird jedes Jahr mit drei Juroren besetzt. Sie entscheidet zu Beginn einer Staffel, welcher Bewerber in die nächste Runde einziehen darf. Die Einladung zur zweiten Runde wird als „Recall“ bezeichnet. Dieter Bohlen war in allen Staffeln als Juror tätig und seine Bewertung gilt für die Bewerber seit Beginn von DSDS als ausschlaggebend. An der Seite von Dieter Bohlen waren seit Beginn von DSDS verschiedene Juroren aus der Musik und Fernsehindustrie vertreten. Darunter waren Musikmanager und -Verleger, Musikjournalisten, Moderatoren, Sänger, Choreographen und Models. In der neunten Staffel befanden sich die Frontsängerin von Cascada, Natalie Horler, und das Model Bruce Darnell in der Jury. Zusammen mit Dieter Bohlen bildeten sie das Jurorenteam von DSDS 2012.

Die Jury ist für das Selektieren der Bewerber bis hin zu den Live-Shows verantwortlich. Aus Tausenden von Kandidaten werden mindestens zehn Teilnehmer für die Live-Shows nominiert. Diese bekommen die Chance sich in einer Live-Performance dem Publikum zu präsentieren. Die Jury ist zwar auch in den Live-Shows ständiger Begleiter der Sänger und gibt nach jedem Auftritt einen Kommentar zur Performance ab, jedoch entscheidet ab

---

<sup>57</sup> Vgl. Chartsurfer [o.J]

<sup>58</sup> Vgl. Gemütliches Miteinander [o.J.]

## 6. Deutschland sucht den Superstar

diesem Zeitpunkt der Zuschauer, wer nominiert wird und für wen der Weg zu Deutschlands nächstem Superstar beendet ist.<sup>59</sup>

**Tabelle 4: Bisherige DSDS-Juroren<sup>60</sup>**

2002 – 2003	2003 – 2004	2005 – 2006	2007
<b>Dieter Bohlen</b>	<b>Dieter Bohlen</b>	<b>Dieter Bohlen</b>	<b>Dieter Bohlen</b>
<b>Shona Fraser</b>	<b>Shona Fraser</b>	<b>Sylvia Kollek</b>	<b>Anja Lukaseder</b>
<b>Thomas M. Stein</b>	<b>Thomas M. Stein</b>	<b>Heinz Henn</b>	<b>Andreas „Bär“ Läscher</b>
2008	2009	2010	2011
<b>Dieter Bohlen</b>	<b>Dieter Bohlen</b>	<b>Dieter Bohlen</b>	<b>Dieter Bohlen</b>
<b>Anja Lukaseder</b>	<b>Nina Eichinger</b>	<b>Nina Eichinger</b>	<b>Fernanda Brandao</b>
<b>Andreas „Bär“ Läscher</b>	<b>Volker Neumüller</b>	<b>Volker Neumüller</b>	<b>Patrick Nuo</b>

2012

**Dieter Bohlen**

**Natalie Horler**

**Bruce Darnell**



**Abb. 5 Dieter Bohlen<sup>61</sup>**

**Abb. 6 Natalie Horler<sup>62</sup>**

**Abb. 7 Bruce Darnell<sup>63</sup>**

### 6.3 Aufbau einer Staffel von DSDS

Ab Beginn des ersten ausgestrahlten freien Castings dauert es etwa vier Monate bis die finale Show, in welcher Deutschlands Superstar für die jeweilige Staffel gekrönt wird, stattfindet. Zunächst werden in mehreren freien Castings in verschiedenen Städten in Deutschland, Österreich und der Schweiz Kandidaten für den Recall ausgesucht. Diese reisen dann zusammen mit der Jury ins Ausland, um von etwa 150 Personen auf 15 zu reduzieren. In der achten und neunten Staffel fand der Recall auf den Malediven statt. Die 15 von der Jury ausgewählten Kandidaten treten dann in der ersten Live-Show

<sup>59</sup> CastingShow-News [o.J.a]

<sup>60</sup> CastingShow-News [o.J.a]

<sup>61</sup> CastingShow-News [o.J.a]

<sup>62</sup> CastingShow-News [o.J.a]

<sup>63</sup> CastingShow-News [o.J.a]

gegeneinander an. In dieser Show wird entschieden welche zehn Kandidaten in den Motto-Shows teilnehmen dürfen. In der achten Staffel wurden noch sieben von den Zuschauern und drei von der Jury bestimmt. Die Motto-Shows behandeln, wie der Name schon sagt, immer ein bestimmtes Thema, zum Beispiel Filmmusik, Hits der 60er Jahre, Elton John, Madonna oder ähnliche Mottos. Die Kandidaten müssen sich also immer auf ein bestimmtes Genre, auf eine bestimmte Zeit oder einen bestimmten Stil einstellen. So wird die Vielfaltigkeit der Sänger auf die Probe gestellt und ihre Stimmen können so ans Limit gebracht werden.

Schon die erste Staffel hat gezeigt, dass nicht allein die Stimme der Kandidaten von Bedeutung ist. So hat es Daniel Küblböck unter die Top drei geschafft, obwohl er nur selten die Töne traf. Bei DSDS wird also nicht nur ein Gesangstalent gesucht, sondern auch eine Person, die als Entertainer agiert. Das Gesamtpaket ist von großer Bedeutung. In jeder Motto-Show wird ein von den Zuschauern bestimmter Kandidat aus dem Rennen um den Titel abgewählt. Von den letzten beiden verbleibenden Talenten wird dann schließlich ebenfalls per Telefonabstimmung Deutschlands neuer Superstar gekürt.<sup>64</sup>

### **6.4 Ablauf einer Staffel am Beispiel von DSDS 2012**

Das „Deutschland sucht den Superstar“ Casting der neunten Staffel war das größte Gesangs-Casting (abgesehen von „DSDS-Kids“) aller Zeiten. Es bewarben sich insgesamt 35.401 Kandidaten, die in 35 Städten in Deutschland, der Schweiz und Österreich gecastet wurden. Auch der DSDS-Casting-Truck war wieder mit einem mobilen Studio unterwegs und suchte auf öffentlichen Plätzen nach Talenten. Die ersten acht Sendungen zeigen die Highlights der Casting-Tour und wurden samstags und mittwochs jeweils um 20.15 Uhr ausgestrahlt. Dabei wird die ganze Bandbreite der Bewerber gezeigt.

Die vielversprechendsten Sängerinnen und Sänger dürfen dann in den Recall. 2012 müssen die 120 besten Bewerber in einem mehrtägigen Verfahren bei verschiedensten musikalischen Aufgabenstellungen und unterschiedlichen Konstellationen ihr Talent unter Beweis stellen. Die wachsamten Augen der Jury sind dabei fast immer auf die Kandidaten gerichtet. Der Recall umfasst sechs ausgestrahlte Sendungen.

Am ersten Tag wird bereits die Hälfte nach Hause geschickt. Die 60 verbleibenden Sängerinnen und Sänger zeigen dann ihr Können in Duetts und Kleingruppen. Am Ende dieses Tages bleiben 36 Bewerber im Rennen, die zum Workshop auf die Malediven

---

<sup>64</sup> Vgl. DSDS City [o.J.]

mitfliegen durften. Auch auf den Malediven werden verschiedene Konstellationen und Aufgabenstellungen erprobt. Am Ende des Workshops entscheidet schließlich die Jury, welche 15 Kandidaten zur ersten Live-Show „Wer kommt unter die Top 10“ antreten dürfen.

In der ersten großen Live-Show entscheidet ebenfalls die Jury, welche zehn Bewerber ihr Talent in den Motto-Shows zeigen dürfen.

Die Motto-Shows werden einmal wöchentlich um 20.15 Uhr ausgestrahlt. Anders als zuvor bewertet nun der Zuschauer per Telefon- und SMS-Voting das Gesangstalent der Sängerinnen und Sänger. Nach jeder Show muss der Kandidat mit den wenigsten Zuschauerstimmen die Casting-Show verlassen. Der Superstar 2012 erhielt einen Plattenvertrag bei der Universal Music Group und gewann 500.000 Euro.

Vor allem die Motto-Shows sind mit Emotionen und Spannung behaftet. Es wird die musikalische Wandlungsfähigkeit und die künstlerische Vielfalt der Bewerber überprüft. Persönlichkeit und Ausstrahlung sind dabei ebenso wie Gesangstalent von großer Bedeutung. In den Gesprächen mit dem Moderator Marco Schreyll können die Kandidaten ihre Hoffnungen, Träume und ihre Motivation dem Zuschauer näher bringen und sich somit interessanter machen.<sup>65</sup>

### 6.5 Die Zuschauer

Vor allem weibliche Jugendliche sehen sich DSDS gerne an. Ihnen ist das repräsentative Wettkampfgeschehen besonders wichtig. Sie werden auch schnell zu regelmäßigen Sehern, da sie wissen wollen wer gewinnt, wer rausfliegt und wie es weitergeht. Die deutlich geringere Anzahl der männlichen Zuschauer sind dabei eher interessiert, wie Dieter Bohlen erneut mit seiner harten Kritik Kandidaten persönlich verletzt. Die harte Kritik des Jurors wird bei ihnen als polarisierend wahrgenommen.<sup>66</sup>

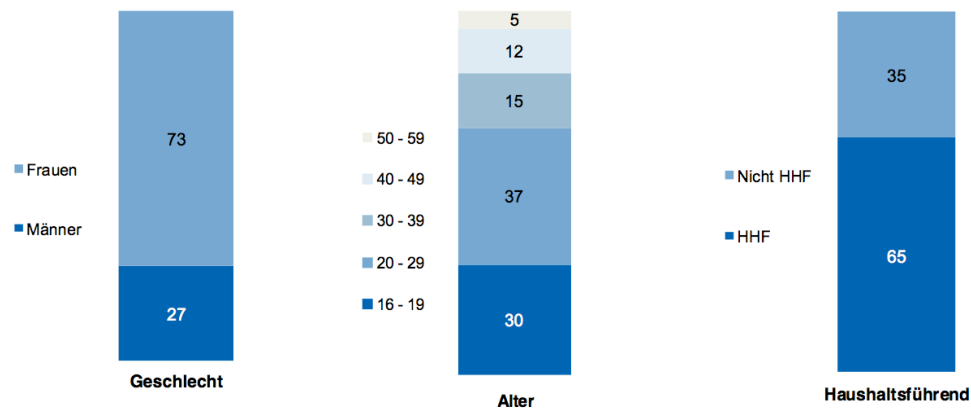
---

<sup>65</sup> Vgl. CastingShow-News [o.J.a]

<sup>66</sup> Lünenborg/ Töpper [2011]

### ■ Soziodemografie

Angaben in %



Quelle: IP Deutschland, Kampagnenbegleitforschung Fructis von Garnier / Basis: n=261  
Fragen: „Sind Sie...? / Wie alt sind Sie? / Sind Sie in Ihrem Haushalt die Person, die sich hauptsächlich um die Einkäufe von Lebensmitteln kümmert?“

**Abb. 8 Soziodemografie von DSDS<sup>67</sup>**

Die Abbildung zeigt, dass fast dreiviertel der Zuschauer von DSDS weiblich sind. Sie bauen eine emotionalere Bindung zu den Kandidaten auf als Männer. Mehr als die Hälfte des durchschnittlichen Publikums ist jünger als 30 Jahre. Die Abbildung zeigt, dass ältere Zuschauer, über 30 Jahre nur mäßiges Interesse am Format zeigen. Ab der 30 Jahre Marke nehmen die Zuschauerzahlen sogar noch rapider ab, je älter der Zuschauer ist. Trotz der überwiegend jüngeren Zuschauer sind mit 65% sehr viele der Zuschauer haushaltsführend.

## 6.6 Auszeichnungen

**Tabelle 5: Auszeichnungen DSDS<sup>68</sup>**

<b>2003</b>	Deutscher Fernsehpreis in der Kategorie „Beste Unterhaltung“
<b>2006</b>	Deutscher Fernsehpreis in der Kategorie „Beste Ausstattung“ (Bühnenbild/Studiodesign)
<b>2008</b>	Deutscher Fernsehpreis in der Kategorie „Beste Unterhaltung“

<sup>67</sup> IP Deutschland [2011]

<sup>68</sup> CastingShow.News [o.J.a]



## 6.7 Übersicht Quoten DSDS

**Tabelle 6: Übersicht Quoten DSDS<sup>69</sup>**

Staffel	Gewinner und Siegertitel	Durchschnittliche Zuschauerzahl ab 3 Jahren in Millionen	Zuschauerzahl ab 3 Jahren im Finale in Millionen
1	Alexander Klaws „Take Me Tonight“	8,09	12,8
2	Elli Erl „This Is My Life“	5,05	5,33
3	Tobias Regner „I Still Burn“	5,75	7,04
4	Mark Medlock „Now Or Never“	5,51	5,99
5	Thomas Godoj „Love Is You“	5,09	5,57
6	Daniel Schuhmacher „Anything But Love“	5,50	6,04
7	Mehrzaad Marashi „Don’t Believe“	4,24	6,51
8	Pietro Lombardi „Call My Name“	6,38	6,3
9	Luca Hänni „Don’t Think About Me“	5,14	4,71

„Deutschland sucht den Superstar“ konnte sich von Beginn an im Jahr 2002 mit relativ konstanten Zuschauerquoten behaupten. Dass es nahezu unmöglich ist, die Quoten der ersten Staffel zu halten, war abzusehen. Erst die neunte Staffel im Jahr 2012 von DSDS musste einen ernstzunehmenden Rückschlag hinnehmen. Die Quoten sind so stark zurückgegangen, dass in den Medien bereits spekuliert wurde, ob es überhaupt eine weitere Staffel von DSDS geben wird. RTL hat daraufhin eine Änderung des Konzepts für 2013 angekündigt. Es bleibt spannend zu beobachten, ob sich DSDS erneut im deutschen Fernsehmarkt etablieren kann.

---

<sup>69</sup> Hamburger Abendblatt [2012]

## 6.8 DSDS - Kids



Abb. 9 Logo DSDS – Kids<sup>70</sup>

Ein Ableger von DSDS findet auch vermutlich durch die schlechten Quoten der neunten seinen Weg in die deutsche Fernsehlandschaft. DSDS-Kids stellt eine Kinderversion des Originals dar. Hier haben vier bis 14-Jährige die Möglichkeit ihr Gesangstalent unter Beweis zu stellen. Der Sieger erhält dabei einen Ausbildungs-Stipendium und ein Preisgeld. Im Vorfeld und auch danach wurde die Casting-Show von den Medien stark kritisiert. Dieter Bohlen ist hier ebenfalls als Jurymitglied gesetzt. Dadurch stellt sich die Frage, ob auch bei DSDS-Kids Demütigungen und Bloßstellung im Vordergrund stehen. Das könnte schlimme Folgen für die Entwicklung der Kinder haben, warnen Experten.<sup>71</sup>

Insgesamt 40.000 Bewerbungen sind bei RTL für die Casting-Show eingegangen. Das sind mehr Bewerbungen als jemals zuvor beim Original. „Das Problematische an Casting-Shows ist, dass mit Träumen und Emotionen gespielt wird“, schreibt der Programmratgeber „Flimmo“ der Landesmedienanstalten.<sup>72</sup> Die beiden wichtigsten Bestandteile des Originals, Schadenfreude und Fremdschämen, bleiben bei DSDS-Kids vollständig aus. Nicht einmal weinende ausgeschiedene Kandidaten waren im Bild zu sehen. Auf diese Art und Weise das Interesse des Zuschauers zu wecken gestaltet sich als äußerst schwierig. Dadurch ist die Show eher belanglos und langweilig.<sup>73</sup> Das spiegeln auch die Quoten wieder, denn nur 2,3 Millionen Menschen (Marktanteil 9,3 Prozent) sahen sich die Endrunde von DSDS-Kids an. Der Marktanteil der werberelevanten Zielgruppe der 14- bis 49-jährigen lag durchschnittlich bei 12,8 Prozent und 1,1 Millionen Zuschauer.<sup>74</sup> Aufgrund der zu geringen Einschaltquoten wird es wohl keine weitere Staffel von DSDS-Kids geben.

---

<sup>70</sup> E., Jennifer [2012]

<sup>71</sup> Vgl. Miklis [2012a]

<sup>72</sup> Vgl. Miklis [2012b]

<sup>73</sup> Vgl. Frank [2012]

<sup>74</sup> Vgl. Freie Presse – Sachsens grösste Zeitung [2012]

## 7. Die erfolgreichsten Casting-Show-Formate

Seit dem Beginn der Casting-Shows ab dem Jahr 2000 haben bereits eine Fülle dieser Formate den Weg in die deutsche Fernsehlandschaft gefunden. Es sind bereits so viele, dass der Eindruck entsteht, als ob eine Sättigung des Marktes erreicht ist, zumal Einschaltquoten insgesamt für den Bereich Casting-Shows rückläufig sind. Im folgenden werden fünf der erfolgreichsten Casting-Shows im deutschen Fernsehen exemplarisch dargestellt.

### 7.1 Popstars



Abb. 10 Logo Popstars<sup>75</sup>

Die deutsche Casting-Show „Popstars“ gilt als der Wegbereiter für alle Casting-Shows. Durch sie wurde im Jahr 2000 mit der ersten Staffel der Grundstein für alle folgenden Casting-Shows gelegt. Sie wird von ProSieben präsentiert und ausgestrahlt. Bei „Popstars“ werden aber nicht Solokünstler, wie bei fast allen Casting-Shows, sondern ganze Bands oder Duo's gesucht. Aushängeschild der Sendung ist Star-Choreograph Detlef D! Soost, der eine ähnlich große Zuschauerwirkung wie Dieter Bohlen oder Stefan Raab hat. Bei „Popstars“ ist das Zuschauer-Voting nur bedingt möglich. Von der ersten Sendung bis zu den Live-Shows entscheidet die Jury, welcher Kandidat in die nächste Runde gewählt wird.

Von 2000 an bis 2012 gab es mit Ausnahme 2011 pro Jahr eine Staffel.<sup>76</sup>

---

<sup>75</sup> CastingShow-News [o.J.b]

<sup>76</sup> Vgl. CastingShow-News [o.J.b]

### 7.2 X Factor



Abb. 11 Logo X Factor<sup>77</sup>

„X Factor“ wurde 2010 das erste Mal beim Sender VOX ausgestrahlt und präsentiert. Auch hier werden Gesangstalente gesucht. Sie ist im englischsprachigen Raum die wohl erfolgreichste Casting-Show und brachte schon Stars wie Leona Lewis hervor. In Deutschland ist sie hauptsächlich wegen ihrem niveauvollen Umgang mit den Kandidaten sehr beliebt.<sup>78</sup>

### 7.3 The Voice of Germany

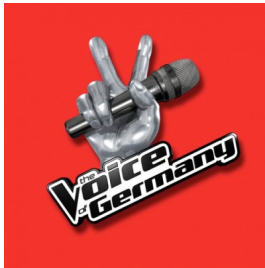


Abb. 12 Logo The Voice of Germany<sup>79</sup>

2011 startete mit „The Voice of Germany“ eine neue Art von Casting-Show auf ProSieben. Bei anderen Casting-Shows steht das Gesamtpaket im Vordergrund. Bei „The Voice of Germany“ konzentriert sich die Jury nur auf die Stimme des Bewerbers, denn zunächst sitzt die Jury mit dem Rücken zur Bühne. Nachdem die Kandidaten mehrere Auswahlverfahren bestanden haben, dürfen die Besten dann vor der Jury auftreten. Die Show ist eine Idee aus der Showschmiede John de Mol. Zunächst wurde sie in Holland veröffentlicht und brach sämtliche Rekorde der Einschaltquoten. Dann wurde sie nach Deutschland und in viele weitere Länder verkauft.<sup>80</sup>

---

<sup>77</sup> CastingShow-News [o.J.c]

<sup>78</sup> Vgl. CastingShow-News [o.J.c]

<sup>79</sup> CastingShow-News [o.J.d]

<sup>80</sup> Vgl. CastingShow-News [o.J.d]

### 7.4 Das Supertalent



Abb. 13 Logo Das Supertalent<sup>81</sup>

Die Casting-Show „Das Supertalent“ wird seit 2007 jedes Jahr erneut im vorweihnachtlichen Programm von RTL gezeigt. Sie ist die deutsche Version von „Britain’s got Talent“. Jedes Jahr steigen die Einschaltquoten der Casting-Show. 2010 hatte sie sogar mehr Zuschauer als der ZDF-Dauerbrenner „Wetten, dass...?“. In der Show wird per Zuschauer-Voting ein außergewöhnliches Talent gewählt. Doch hier sind nicht nur Talente aus dem Bereich Gesang erwünscht, sondern auch aus Akrobatik, Tanz oder einfach nur skurrile Personen. Auch bei „Das Supertalent“ ist Dieter Bohlen der Chef-Juror und das Aushängeschild der Sendung.<sup>82</sup>

### 7.5 Germany’s Next Topmodel



Abb. 14 Logo Germany’s next Topmodel<sup>83</sup>

2006 startete die Casting-Show „Germany’s Next Topmodel“ auf ProSieben. Die Casting-Show basiert auf dem amerikanischen Format „America’s Next Top Model“. Das Top Model Heidi Klum sucht in der Casting-Show nach den schönsten Mädchen Deutschlands, die das Zeug zum Topmodel haben. Sie ist das Gesicht der Show und von Beginn an als Chef-Jurorin tätig.<sup>84</sup>

---

<sup>81</sup> CastingShow-News [o.J.e]

<sup>82</sup> Vgl. CastingShow-News [o.J.e]

<sup>83</sup> CastingShow-News [o.J.f]

<sup>84</sup> Vgl. CastingShow-News [o.J.f]

## 8. Das Quotentief der Casting-Show-Formate

Es stellt sich die Frage, ob die Casting-Shows des deutschen Fernsehens ausgedient haben oder ob es einfach zu viele von ihnen gibt. Befürworter der Casting-Formate konnten bisher immer die Quoten als ausschlaggebendes Argument anführen. Doch die Zuschauerzahlen belegen, dass das Interesse der Zuschauer schwindet. Dieter Bohlen's Meinung: „Ich glaub', das Problem, das die Leute mit uns haben, ist einfach, dass wir wirklich über zehn Jahre jetzt einfach erfolgreich sind". Doch im Augenblick möchte solche Aussagen niemand hören. Das Problem von DSDS und „Das Supertalent“ ist, dass durch Bloßstellungen von Dieter Bohlen diese Formate auf Selbstzerstörung angelegt sind. Durch vorproduzierte verbale Entgleisungen verliert das Format an Authentizität. Auch das Rollen-Arsenal, welches sich ständig wiederholt, wird langsam ermüdend.

Das Publikum hat offenbar begriffen, dass in Casting-Shows nicht die Neuentdeckung von Talenten im Vordergrund steht, sondern es einzig allein um die Quoten und somit um den wirtschaftlichen Gewinn geht. Auch Bohlen hat das verstanden und versucht mit Aktionen, wie das Verlassen der Halle bei einem nicht getroffenen Ton des Kandidaten, die Show aufzupeppen. Die Show braucht solche Auftritte, da sie sonst blutleer zu werden droht.<sup>85</sup>

Auch Dieter Bohlen verhält sich nicht mehr wie in den letzten Jahren. Ob ihm die Perfidität der Pseudo-Superstarsuche mittlerweile über ist, sei dahingestellt. Es scheint auf jeden Fall, als ob der „Poptitan“ müde geworden ist. Seine gefürchteten aber auch erwarteten vernichtenden Kritik-Sprüche, sowie humorvolle Bemerkungen bleiben zunehmend aus.<sup>86</sup> „Mittlerweile hat sich das Angebotsspektrum an Casting-Shows stark ausdifferenziert, so dass 'DSDS' mit immer mehr Konkurrenten zu kämpfen hat", stellt Joan Kristin Bleicher, eine Hamburger Medienwissenschaftlerin, fest. DSDS steigt also nur durch die zunehmende Konkurrenz ab?

Auch die anderen Casting-Show Formate haben Probleme mit Einschaltquoten. „Das Supertalent“ und auch „Germany's next Topmodel“ laufen nicht mehr so rund wie vor ein paar Jahren. In den Medien wurde sogar schon das Aus für „Germany's next Topmodel“ prognostiziert. Trotzdem kündigte ProSieben jedoch schon eine weitere Staffel für nächstes Jahr an.

---

<sup>85</sup> Vgl. Rave [2012]

<sup>86</sup> Vgl. Forsthoff [2012]

## 8. Das Quotentief der Casting-Show-Formate

---

Auch „X Factor“ schnitt im Herbst 2011 schlechter ab als im Vorjahr. Die Sendung wird jedoch wieder produziert.<sup>87</sup>

„The Voice of Germany“ zeigte sich mit einem starken Start zu Beginn der ersten Staffel 2011. Die sensationellen Quoten konnten jedoch nicht gehalten werden. Die „Neuerfindung“ Kandidaten mit Respekt zu behandeln stieß zwar auf großes Interesse, doch nach der Abnutzung des Novelty-Effekts pendelten sich die Quoten im Mittelmaß ein.<sup>88</sup>

„Popstars“ war nach miesen Einschaltquoten im Jahr 2010 sogar für ein Jahr ganz von der Bildfläche verschwunden. Doch 2012 versucht auch dieses Format erneut zu glänzen. Es wird darauf geachtet, wie bei „The Voice of Germany“, die Kandidaten mit Respekt zu behandeln. Durch die Masse an Casting-Shows, die alle an Reiz verloren haben, weiß man nicht mehr, ob eine langweilige Huldigung am Thema vorbei besser ist als verkrampfte Schmähungen bei offensichtlichen Versagen. Auch „Popstars“ hat schwer mit den Quoten zu kämpfen.<sup>89</sup>

Das Casting-Gewerbe befindet sich insgesamt in einer Misere. Nachdem jahrelang die Quoten für neue Casting-Shows stetig stiegen, gehen die Zuschauerzahlen dieses Fernsehsegments langsam, aber stetig zurück.<sup>90</sup> Doch trotz vieler Anzeichen einer Casting-Müdigkeit in Deutschland setzen die Sender 2012/2013 nicht etwa auf weniger Casting-Shows, sondern wollen sogar noch mehr produzieren. Die verschiedenen Formate versuchen zwar ständig neue Innovationen in die Shows einzubauen, das Grundgerüst bleibt jedoch immer identisch. Zum Beispiel versucht „Das Supertalent“ mit Thomas Gottschalk in der Jury weitere Erfolge zu erlangen. Die erfolgreichsten Casting-Shows bekommen alle eine Neuauflage. Ein Ende der Casting-Formate ist also vorerst nicht in Sicht.<sup>91</sup>

---

<sup>87</sup> Vgl. Rave [2012]

<sup>88</sup> Vgl. Buß [2012]

<sup>89</sup> Vgl. Gantzkow [2012]

<sup>90</sup> Vgl. Buß [2012]

<sup>91</sup> Vgl. Gantzkow [2012]

## 9. Schlag den Raab

Seit Beginn von „Schlag den Raab“ erfreuen sich Millionen von Zuschauern daran, Stefan Raab leiden und kämpfen zu sehen. Aufgrund der permanent hohen Einschaltquoten ist sie momentan die erfolgreichste Game-Show im deutschen Fernsehen.

### 9.1 Das Medienphänomen Stefan Raab



Stefan Raab wurde am 20.10.1966 als Sohn einer Metzgerfamilie in Köln geboren. Er schafft es bis heute, wie kaum ein anderer Moderator, sein Privatleben von der Öffentlichkeit fern zu halten. Er hat mit seiner Freundin Nike zwei Töchter, die 2004 und 2006 geboren sind. In seiner Freizeit ist er Hobbypilot.

Im Laufe seiner Schulzeit und der darauffolgenden Metzgerlehre brachte er sich selbst das Spielen zahlreicher Instrumente bei. Er eröffnete 1990 sein eigenes Tonstudio, in dem er Werbejingles und Songs produzierte. Danach wurde sein Moderationstalent durch Zufall entdeckt und er bekam einen Job beim Musiksender VIVA. Bei „Vivasion“ war er ab diesem Zeitpunkt montags, mittwochs und freitags für eine Stunde zu sehen. Stefan Raab lud Gäste in sein Studio ein und zeigt Videoclips bei denen er Prominente oder ahnungslose Passanten reinlegte und auf den Arm nahm. Es folgen ein paar Hits wie „Böörti Böörti Vogts“ oder „Ein Bett im Kornfeld“ zusammen mit Bürger Lars Dietrich und Jürgen Drews. Im selben Jahr erscheint schließlich sein erstes richtiges und

**Abb. 15 Stefan Raab**<sup>92</sup>

kommerziell ausgerichtetes Album „Stefan Raab und die Bekloppten“. Durch seine Schlagfertigkeit und seine unverschämten Sprüche wurde er vor allem bei der jüngeren Zielgruppe schnell zum Star. 1999 wechselte er von VIVA zu ProSieben und begann mit

---

<sup>92</sup> Brainpool [o.J.a]



„TV total“ seine bis heute äußerst beliebte und erfolgreiche Unterhaltungsshow im deutschen Fernsehen zu etablieren. „TV total“ wird zunächst montags ausgestrahlt und erreicht innerhalb kürzester Zeit Kultstatus. Nach dem Beginn im Frühjahr erhielt „TV total“ den Deutschen Fernsehpreis in der Kategorie „Beste Unterhaltungsshow“. Viele weitere Preise und Auszeichnungen folgten.

Aus einem Gag während einer Sendung produzierte er den Nummer Eins Hit „Maschen-Draht-Zaun“. Hausfrau Regina Zindler wurde mit diesem Wort quasi über Nacht zum Star.<sup>93</sup> Im Februar 2000 trat Stefan Raab sogar mit seinem Song „Wadde hadde dudde da?“ beim Eurovision Song Contest für Deutschland an und erreichte einen sensationellen fünften Platz. Schon 1998 schrieb er den Song „Piep, piep, piep, Guildo hat Euch lieb“ mit dem Guildo Horn beim Eurovision Song Contest auftrat. Durch seinen Hang zur Musik und zum Eurovision Song Contest ist er seit einigen Jahren auch der Wegbereiter für neue Gesangstalente. Er hat es mit Lena Meyer-Landrut 2010 sogar geschafft, Deutschland zum Sieg des Eurovision Song Contest zu führen. Auch danach sucht er weiterhin jedes Jahr aufs Neue Talente in einer Show, die beim Eurovision Song Contest auftreten sollen.

Seit 2004 beginnt er zunächst mit „Das große TV-total Turmspringen“ viele neue TV-Shows und Events im deutschen Fernsehen zu etablieren. In diesen Events zeigt Raab selbst seinen grenzenlosen Ehrgeiz als sportlicher Allrounder. Vor allem in der seit 2006 ausgestrahlten Samstagabend-Show „Schlag den Raab“.<sup>94</sup> Dazu Stefan Raab: „Man muss kämpfen wollen, das begeistert die Leute“<sup>95</sup>

Derzeit sind im Unterhaltungsfernsehen vier Männer prägend. Thomas Gottschalk als Charmeur, Günther Jauch als Oberstudienrat, Dieter Bohlen als Prolet und Stefan Raab als Rebell. Stefan Raab's Sendungen beschäftigen sich dabei immer mit zwei Einfällen. „Der erste ist: Es reicht, wenn das Fernsehen sich mit sich selbst beschäftigt. Der zweite ist: Es muss immer um das gehen, worum es schon im Wilden Westen ging. Mann gegen Mann, Mensch gegen Mensch.“<sup>96</sup> Der Unterschied zu seinen Moderator-Kollegen ist, dass Raab sich der Herausforderung immer selbst stellt und nicht nur von Karteikarten abliest oder die Kommentierung der Anstrengungen von Kandidaten übernimmt. Er muss auch oftmals einstecken. Raab wirkt auf den Bildschirmen wie ein Jedermann, der nur wenig Sport treibt und kein abgeschlossenes Studium hat, aber der es trotzdem immer wieder wagt gegen

---

<sup>93</sup> Vgl. Raab-Fans [1998-2002]

<sup>94</sup> Vgl. ProSieben [o.J.]

<sup>95</sup> Stefan Raab in Schlag den Raab Das Buch [2011] S.9

<sup>96</sup> Hüeltin [2011]

Klügere und Stärkere anzutreten. Er lebt nicht nur das Fernsehen, sondern er lebt im Fernsehen. Kulenkampff, Carell und Elstner haben das Fernsehen sehr ernst genommen. Raab hingegen sieht das Fernsehen als schlechten Witz. Er spielt das Fernsehen wie ein großes Musikinstrument und ist damit der Erste.

„Neun Unterhaltungsformate in fünf Jahren, ich finde das eine ordentliche Schlagzahl“, sagt Raab.<sup>97</sup>

Stefan Raab hat es in kurzer Zeit geschafft eine Fülle von neuen Event-Shows im deutschen Fernsehen zu etablieren. Aufgrund der immensen Zuschauererfolge finden fast alle von ihnen regelmäßig statt.

Durch seine unglaubliche Zielstrebigkeit und Verbissenheit neue Formate zu produzieren und immer alles zu geben ist er heute aus dem deutschen Fernsehen nicht mehr wegzudenken.

### 9.1.1 Übersicht der TV-Shows und Events von und mit Stefan Raab

**Tabelle 7: Fernsehen<sup>98</sup>**

1996-1998	"Vivavision", Moderation, Viva
seit 1999	"TV Total", wöchentliche Ausstrahlung, Pro7
2005	"Comet-Verleihung", Moderation, Pro7
seit 2006	"Schlag den Raab", Show, Pro7
seit 2006	"Die TV Total Pokerstars.de Nacht", Pro7
2007	"Mc Fit Fight Night", Moderation, Pro7
seit 2009	"Schlag den Star", Show, Pro7
2010	"Unser Star für Oslo", Gemeinschaftsproduktion Pro7/ARD
2011	"Eurovision Song Contest 2011", Moderation Halbfinal- und Finalshows, Gemeinschaftsproduktion Pro7/ARD
2011	"Unser Song für Deutschland", Gemeinschaftsproduktion Pro7/ARD
2012	"Unser Star für Baku", Jurymitglied, Produktion Pro7

---

<sup>97</sup> Vgl. Hüeltin [2011]

<sup>98</sup> Allendorf Riehl GmbH [o.J.]

**Tabelle 8: TV Total Special Events<sup>99</sup>**

2001	1. Boxkampf gegen Regina Halmich
2002	Eisschnelllauf-Rennen gegen Olympiasiegerin Claudia Pechstein
2002	"SSDSGPS"("Stefan sucht den Super-Grand-Prix-Star"), Casting Show
seit 2003	"Wok-WM"
2004	"TV Total Springreitchampionat", Aachen
seit 2004	"Das große TV Total Turmspringen"
2005	"Die große TV Total Jazz Night-ein Abend mit Stil"
seit 2005	"Die große TV Total Stock Car Crash Challenge"
seit 2005	"Bundesvision Song Contest"
2005/2009	"Bundestagswahl - Wir wählen schon heute!"
2006	"Der große TV Total Parallel-Slalom"
2007	2. Boxkampf gegen Regina Halmich
2008	"SSDSDSSWEMUGABRTLAD" (Stefan sucht den Superstar, der singen soll, was er möchte und gerne auch bei RTL auftreten darf), Casting Show
2008/2012	"TV Total Autoball Europameisterschaft"
2009	"Deutscher Eisfußball Pokal 2009"

## 9.2 Das Konzept

„Schlag den Raab“ ist eine Game-Show mit Quizspielen im Studio und spektakulären Actionspielen im und außerhalb des Studios. Produziert wird sie von „Raab TV“ und „Brainpool“. Dabei werden weder Kosten noch Aufwand gescheut. Es ist nicht ungewöhnlich bei „Schlag den Raab“, dass die Kontrahenten zum Beispiel durch einen Parcours mit einem Monstertruck fahren, oder sie mit dem Hubschrauber zu einer Skipiste

---

<sup>99</sup> Allendorf Riehl GmbH [o.J.]

am Rhein geflogen werden.

Am 23.09.06 startete „Schlag den Raab“ mit seiner ersten Ausgabe. Zum ersten Mal trat ein Zuschauer gegen den prominenten Gastgeber Stefan Raab in verschiedenen Disziplinen an. Das Ziel der Sendung ist durch den Titel schon formuliert: Schlag den Raab! Aus tausenden von Kandidaten des Bewerberpools haben es die Besten in die Top 5 geschafft. Die Zuschauer bestimmen nun live in der Sendung per Telefon-Voting wer gegen Stefan Raab antreten darf. Auch dadurch ist „Schlag den Raab“ eine interaktive Show. Vor allem bei den Quizspielen kann der Zuschauer aktiv mitdenken.

Die Macher der Game-Show waren schon vor Erstausstrahlung von ihrem Konzept überzeugt, jedoch wusste niemand, ob die Zuschauer „Schlag den Raab“ einschalten. Direkt nach der ersten Sendung stand jedoch fest, dass die Zuschauer begeistert das neue Format angenommen haben. Heute wird „Schlag den Raab“ sechsmal jährlich ausgestrahlt und bisher hatte jedes Mal ein Millionenpublikum Spaß daran mitzuleiden, mitzulachen und mitzujubeln. Auch international hat sich „Schlag den Raab“ schon einen großen Namen gemacht und wurde schon in viele Länder verkauft.<sup>100</sup> Stefan Raab zu seiner Sendung: „Ich war selten von einer Sendung so überzeugt wie von dieser. Aus meiner Erfahrung mit den ganzen Sportevents wusste ich ja schon, dass die Zuschauer gerne solche Wettkämpfe sehen.“<sup>101</sup>

### 9.3 Spielprinzip

Bei „Schlag den Raab“ tritt ein Kandidat oder eine Kandidatin gegen Stefan Raab in insgesamt 15 verschiedenen Spielen plus eventuelles Stechen an. Gefragt sind dabei Kraft, Ausdauer, Geschicklichkeit, Wissen, Flexibilität und schnelles Reagieren. Kandidaten sollten auch Selbstbewusstsein, gute Nerven und Konzentrationsfähigkeit mitbringen, um Raab in den unterschiedlichsten Disziplinen zu schlagen. Keiner der Kontrahenten weiß vor Spielbeginn, welche Spiele er während der Show bewältigen muss. Dabei werden fast immer neue noch nicht da gewesene Spiele in die Sendung eingebaut, nur sehr wenige Spiele waren öfter zu sehen. In jedem der 15 Spiele erhält der Sieger jeweils einen Punkt mehr als im vorherigen Spiel. Also im ersten Spiel einen Punkt, im zweiten Spiel zwei Punkte, im dritten Spiel drei Punkte und so weiter. Dadurch kann der Kandidat oder Raab, wenn er zu Beginn nicht gewinnt aber dafür in den späteren Spiele, mit mehr Punkten belegten, siegt wieder schnell zum Kontrahenten aufschließen. Somit bleibt der

---

<sup>100</sup> Vgl. Kiefer/ Sprick/ Stiefenhover [2011] S.8

<sup>101</sup> Stefan Raab in Schlag den Raab das Buch [2011] S.12

## 9. Schlag den Raab

---

Spielverlauf die gesamte Sendung über sehr spannend, da das Endergebnis lange Zeit offen ist. Zusätzlich haben so die Kandidaten genug Zeit sich mit der Show vertraut zu machen und ihre Nervosität abzulegen, um sich besser auf ihr Können und ihre Stärken zu konzentrieren.

Höchstmögliche Punktzahl bei 15 Spielen sind 120 Punkte. Daraus ergibt sich, dass der Erste, der die 60 Punkte Marke überschreitet, Sieger bei „Schlag den Raab“ ist. Bei Gewinn des Kandidaten erhält dieser den Jackpot: 500.000 Euro. Sollte Raab jedoch gewinnen fließen die 500.000 Euro in den Jackpot und bei der nächsten „Schlag den Raab“ Show kann der Kandidat dann 1.000.000 Euro erkämpfen. Dadurch ist es möglich, dass bei mehrfachen Gewinnen von Stefan Raab der Jackpot um ein Vielfaches ansteigt. Die bisher höchste Gewinnsumme von 3,0 Mio. Euro konnte der 26-jährige Chemie-Doktorand Nino Haase in der 17. Ausgabe der Show im Mai 2009 mit nach Hause nehmen.

Es handelt sich dabei um ein geniales Spielprinzip, da jeder miterleben möchte ob der Jackpot weiter wächst oder geknackt wird. Je höher der Jackpot steigt, desto größer ist auch das Zuschauerinteresse an der Sendung.<sup>102</sup>

### 9.4 Die Crew

Matthias Opdenhövel ist seit Beginn von „Schlag den Raab“ Moderator der Sendung. Mit ihm hat das Format einen bewährten und erfahrenen Mann. Auch bei vielen anderen Raab-Events wie der „Wok-WM“ oder dem „TV-total Turmspringen“ war er bereits häufig als Moderator tätig. Für die Moderation von „Schlag den Raab“ wurde Matthias Opdenhövel mit dem deutschen Fernsehpreis in der Kategorie „Beste Unterhaltungssendung/Beste Moderation Unterhaltung“ ausgezeichnet. Seit Juni 2011 hat nun Steven Gätjen die Moderation der Sendung übernommen.

Mit Frank Buschmann kommentiert ein routinierter und professioneller Sportkommentator die sportlichen Spiele der Sendung. Er ist seit der siebten Folge von „Schlag den Raab“ dabei und verhilft dem Format zu einer qualifizierten Betrachtung und Bewertung des Geschehens.

Das bisher in jeder Folge vertretene Wissensquiz „Blamieren oder Kassieren“ wird von Stefan Raab's ehemaligen Praktikanten Elton geleitet, der sich als feste Größe der Show etabliert hat. Elton hat sich mittlerweile auch unabhängig von Stefan Raab einen Namen

---

<sup>102</sup> Vgl. Kiefer/ Sprick/ Stiefenhover [2011] S.10 f

gemacht. Er ist mit seiner eigenen Show „Elton vs. Simon“ oder als Moderator bei „1,2 oder 3“ häufig in der deutschen Fernsehlandschaft vertreten.

Für die Leitung der Sportspiele werden anerkannte Spezialisten der jeweiligen Sportart eingeladen und fungieren als Schiedsrichter. Dadurch wird sichergestellt, dass alle Regeln eingehalten werden und die Kontrahenten professionell begleitet und bewertet werden. Dadurch steigt die Glaubwürdigkeit von „Schlag den Raab“.

Sogar ein Notar ist im Hintergrund immer zugegen. Er gewährleistet, dass bei einer Gewinnsumme von mindestens 500.000 Euro auch alles mit dem Rechten zugeht. So können eventuelle Fehler oder Irrtümer sofort von einem Unabhängigen erkannt werden.<sup>103</sup>

### 9.5 Ablauf der Sendung

Zu Beginn der Game-Show werden zunächst das Wachsen und Werden von Stefan Raab sowie eine Rückschau seiner erbrachten Leistungen in vorherigen Sendungen in einem kurzen humorvoll angehauchten Videoclip dargestellt. Danach betritt Stefan Raab das Studio und wird vom Spielleiter Steven Gätjen, vor Juni 2011 Matthias Opdenhövel, und den Gästen begrüßt. Die Herausforderer, die sich aus einer Vielzahl von Bewerbern für die Show qualifiziert haben, werden vorgestellt. Dabei zeigt jeweils ein Zusammenschnitt der fünf Kandidaten Hintergrundinformationen der Bewerber. Es werden Berufe, Wohnort, familiäre Situation, sowie besondere Eigenschaften, die der Kandidat mitbringt dem Zuschauer Nahe gebracht. In den Sequenzen wird vor allem auf die sportlichen Qualifikationen der Bewerber aufmerksam gemacht. Doch nicht nur sportliche Leistung sondern auch Wissen, Taktik und Spontanität ist von großer Bedeutung, um in der Game-Show bestehen zu können. Das Gesamtpaket muss sportlich, clever und sympathisch sein.

Nach den einzelnen Videoclips tritt dann jeder Kandidat auch persönlich auf. Ab diesem Zeitpunkt haben die Zuschauer die Möglichkeit per Telefonnummer oder SMS-Kennzeichnung für ihren Lieblingskandidaten zu stimmen. Nacheinander fallen nun die Herausforderer mit den wenigsten Stimmen weg bis schließlich einer übrig bleibt. Dieser darf sich nun mit Stefan Raab in der vier bis fünf stündigen Sendung messen und spielt um mindestens 500.000 Euro in 15 Spielen plus eventuelles Stechen. Durch diese hohe Geldsumme sind die Gäste emotional aufgeladen und vor allem auch die begleitenden Partner, Familienangehörigen und Freunde des Herausforderers. Diese haben bei „Schlag

---

<sup>103</sup> Vgl. Kiefer/ Sprick/ Stiefenhover [2011] S.12

den Raab“ immer das Privileg in den ersten Reihen mitfiebern zu dürfen.<sup>104</sup>

### 8.6 Die Zuschauer

Laut einer Studie von SevenOne Media im Jahre 2008 hat der Großteil der „Schlag den Raab“ Zuschauer eine erlebnisorientierte, dominante und kämpferische Grundhaltung. Überwiegend jüngere Personen sehen sich die Game-Show am Samstagabend an. Dabei ist der Anteil der Männer etwas höher als der Frauenanteil. Die meisten Zuschauer verfügen über ein mittleres Bildungsniveau und haben ein relativ hohes Einkommen. Die Einstellung der Zuschauer ist konsumfreudig. Sie sind auch Modetrends gegenüber aufgeschlossen. Sie kaufen gerne die neuesten Trends und geben dafür viel Geld aus. Der berufliche Erfolg ist den Zuschauern sehr wichtig. In ihrer Freizeit gehen sie gerne Shoppen, ins Kino oder zu Sportveranstaltungen.<sup>105</sup>

Soziodemografie [‘Schlag den Raab’-Zuschauer]				
		Bevölkerung 14+ 100% [n=4.300]	regelm. Seher 10% [n=430]	gelegentl. Seher 36% [n=1.547]
Geschlecht	männlich	48	59	55
	weiblich	52	41	45
Alter	14-29	21	48	37
	30-49	35	41	42
	50+	45	11	20
Bildung	Volks- / HS	46	41	40
	mittlere Bildung	36	41	41
	Abitur / Uni	19	17	19
HH-Netto-Einkommen	bis unter 1.500€	27	23	23
	bis 2.500€	39	35	37
	2.500+€	34	42	40

6 Positive Abweichungen von mindestens 4 Prozentpunkten vom Durchschnitt der Bevölkerung



**Abb. 16 Soziodemografie der „Schlag den Raab“-Zuschauer<sup>106</sup>**

Die Tabelle zeigt, dass die meisten regelmäßigen Zuschauer von „Schlag den Raab“ männlich sind. Sie sind zwischen 14 und 29 Jahren alt. Aber auch die regelmäßigen Seher zwischen 30 und 49 Jahren ragen heraus. Es gibt nur sehr wenige regelmäßige Zuschauer über 50 Jahren. Die meisten der regelmäßigen Seher haben einen Volks- beziehungsweise Hauptschulabschluss oder mittlere Bildung. Das Netto-Einkommen liegt bei ihnen bis 2500 Euro, jedoch verdienen die meisten regelmäßigen Zuschauer sogar über 2500 Euro.

<sup>104</sup> Vgl. Kiefer/ Sprick/ Stiefenhover [2011] S.13 f

<sup>105</sup> Vgl. SevenOne Media [2008]

<sup>106</sup> SevenOne Media [2008]

## 9. Schlag den Raab

---

Auch die gelegentlichen Seher sind zum Großteil männlich. Ihr Alter liegt zwischen 14-49 Jahren. „Schlag den Raab“ trifft also genau die werberelevante Zielgruppe der 14-49 jährigen. Das Bildungsniveau der gelegentlichen Zuschauer ist ebenfalls hauptsächlich die mittlere Bildung und die Volks- beziehungsweise Hauptschule. Auch beim Einkommen liegen sie hauptsächlich zwischen den Marken bis 2500 Euro und mehr als 2500 Euro Netto.

Die Gruppe der regelmäßigen Seher spiegelt also einen sehr ähnlichen Verlauf wie die Gruppe der gelegentlichen Zuschauer wider. Insgesamt lässt sich sagen, dass der durchschnittliche „Schlag den Raab“ Zuschauer männlich ist, zwischen 14 und 49 Jahre alt, die Schule mit mittlerer Reife oder Volks- beziehungsweise Hauptschulabschluss abgeschlossen hat und mehr als 1500 Euro Netto im Monat verdient.

### 9.7 Schlag den Star



Abb. 17 Logo Schlag den Star<sup>107</sup>

„Schlag den Star“ ist eine Adaption der Erfolgssendung „Schlag den Raab“ bei der an Stelle von Stefan Raab ein Prominenter gegen einen Zuschauer-Kandidaten antritt. Sie wird seit 2009 gesendet. Unter den Prominenten waren bislang schon großartige Sportler wie Boris Becker, Stefan Effenberg, Felix Sturm, Joey Kelly, Stefan Kretschmar oder auch Showgrößen wie Mike Krüger, Wigald Boning, Tim Mälzer, DJ Bobo, Guido Gantz und Giovanni Zarrella vertreten.

Die Prominenten bei „Schlag den Star“ treten in neun Spielen plus eventuelles Stechen in unterschiedlichen Disziplinen gegen die Zuschauer-Kandidaten an. Für die Prominenten geht es dabei in erster Linie um die Ehre und den guten Ruf. Zu gewinnen gibt es für den Kandidaten mindestens 50.000 Euro. Bei Erfolg des Prominenten wird wie bei „Schlag den Raab“ die Gewinnsumme in den Jackpot eingezahlt. Der Kandidat hat einmal pro Show die Möglichkeit Stefan Raab als Joker einzusetzen und ihn in einem Spiel gegen den Prominenten antreten zu lassen. Stefan Raab ist dabei eine gute Option, da das ehrgeizige Allroundtalent bisher selten Punkte abgeben musste. Das abgewandelte Konzept von

---

<sup>107</sup> Hoeveler [2010]



## 9. Schlag den Raab

---

„Schlag den Raab“ wurde im März und im April 2009 von durchschnittlich hervorragenden 17,5 Prozent der 14- bis 49 jährigen verfolgt. Das zeigt das große Zuschauerinteresse und bestätigt das Konzept auch ohne Stefan Raab als Hauptakteur. Weitere vier Folgen wurden jeweils im Herbst 2010 und im Herbst 2011 ausgestrahlt. 2012 wird es auch wieder eine Staffel mit vier Folgen geben.<sup>108</sup>

### 9.8 Formathandel mit „Schlag den Raab“



**Abb. 18 Logo Beat the Star<sup>109</sup>**

In der Regel ist Deutschland eher dafür bekannt neue Formate vor allem aus dem britischen Fernsehen zu importieren. „Schlag den Raab“ konnte 2008 hingegen unter dem Titel „Beat The Star“ an den britischen Sender ITV 1 verkauft werden. Mit 5,9 Millionen Zuschauer in der Spitze war bereits die erste Folge der britischen Version ein enormer Zuschauererfolg.

Wie beim deutschen „Schlag den Star“ duelliert sich ein Prominenter Herausforderer aus Film, Fernsehen und Sport mit einem Zuschauerkandidaten in den verschiedensten Spielen um mindestens 50.000 Pfund.<sup>110</sup> „Schlag den Raab“ hat einen so großen internationalen Beliebtheitsgrad erreicht, dass die Show bisher schon in 18 Länder verkauft wurde, unter anderem nach Australien, Schweden, Norwegen, Dänemark, Frankreich, Niederlande, Ungarn, Kroatien und den USA. In jedem Land startete eine in Teilen abgeänderte Version von „Schlag den Raab“ erfolgreich. Das exportierte Erfolgsformat wird in jedem Land auch weiterhin gesendet. Aufgrund des weltweiten Zuschauerinteresses hat es ein deutsches Format zu großem internationalen Erfolg geschafft.<sup>111</sup>

---

<sup>108</sup> Vgl. Brainpool [o.J.b]

<sup>109</sup> Cape Cross Studio & Filmgesellschaft mbH [2008]

<sup>110</sup> Vgl. ProSiebenSAT.1 Media AG [2008]

<sup>111</sup> Vgl. Brandes [2011]

## 9.9 Auszeichnungen

**Tabelle 9: Auszeichnungen „Schlag den Raab“<sup>112</sup>**

<b>2007</b>	„Deutscher Fernsehpreis“ in der Kategorie „Beste Unterhaltungssendung/ Beste Moderation Unterhaltung“  Nominierung „Goldene Rose“  Nominierung „Grimme-Preis“
<b>2008</b>	„Goldene Kamera“ in der Kategorie „Beste Unterhaltung“ für „Schlag den Raab“  Nominierung „Grimme-Preis“ in der Kategorie „Unterhaltung“
<b>2009</b>	ROMY in der Kategorie „Beste Programmidee“ für „Schlag den Raab“  Nominierung Deutscher Fernsehpreis in der Kategorie „Beste Unterhaltung/Moderation“

## 9.10 Quoten

Die TV-Show mit Stefan Raab (Produzent: Raab TV/BRAINPOOL) ist mit Marktanteilen von bis zu 34,9 Prozent (Zuschauer 14-49 Jahre) der erfolgreichste Neustart der vergangenen Jahre im deutschen Fernsehen und sorgt auch im internationalen TV-Markt für Aufsehen.<sup>113</sup>

---

<sup>112</sup> Brainpool [o.J.c]

<sup>113</sup> Vgl. ProSiebenSAT.1 Media AG [2008]

**Tabelle 10: Quoten Schlag den Raab<sup>114</sup>**

Sendung vom:	Zuschauer der werberelevanten Zielgruppe der 14-49 jährigen in Millionen	Marktanteil der werberelevanten Zielgruppe der 14-49 jährigen in Prozent
05.05.12	2,44	25,1
14.04.12	2,10	20,7
17.03.12	1,91	22,6
17.12.11	2,22	20,2
17.10.11	2,18	22,3
17.09.11	1,92	22,3
02.04.11	2,15	21,5
15.01.11	2,41	20,2
18.12.10	2,53	21,1
23.10.10	2,27	20,1
19.09.10	2,83	31,3
10.04.10	2,73	24,9
16.01.10	2,63	21,7
19.12.09	2,50	21,3
31.10.09	-	21,5
23.05.09	2,78	34,9
14.04.09	-	17,8
27.01.09	2,73	26,0
18.10.06	3,01	29,5
23.09.06 (Premiere)	-	26,7

Die Zuschauerquoten von „Schlag den Raab“ zeigen, dass es die Show geschafft hat, das Interesse der Zuschauer nachhaltig auf sich zu ziehen. Durch die seit Sendebeginn 2006 durchgängig starken Zuschauerzahlen zeigt sich der Erfolg der Sendung. Auch 2012 begeistert die Show weiterhin und „Schlag den Raab“ muss nicht wie die größte Konkurrenz, die Casting-Formate, einen Einbruch der Quoten in Kauf nehmen.

<sup>114</sup> Quotenmeter [o.J.]

### 9.11 Schlag den Raab Merchandising

Die Game-Show „Schlag den Raab“ hat es nicht nur auf den Fernsehbildschirmen zur absoluten Ausnahme-Game-Show geschafft. Seit dem 10.09.2010 existiert auch das Computerspiel zur Sendung für die Plattformen Wii und PC. Das Spiel kann nicht gerade durch seine hohe Qualität glänzen und erhält bei <http://www.gamezone.de> gerade einmal 5,9 Punkte. Die ähnliche PC-Version sogar nur 4,2 Punkte. Trotzdem erhielt das Spiel zur Show, zumindest für die Wii, den BIU Sales Award in Gold. Mit diesem Award werden Videospiele ausgezeichnet, die sich innerhalb von 12 Monaten mindestens 100.000 Mal verkauft haben. „Schlag den Raab: Das Spiel“ ist der zweite in Deutschland entwickelte Titel, der sich mit dieser Auszeichnung schmücken darf. Ein weiterer Riesenerfolg für die Game-Show.<sup>115</sup>

Der Erfolg des ersten „Schlag den Raab – Videospiele“ führte dazu, dass der Entwickler „Namco Bandai“, etwa ein Jahr später, am 14.10.2011, bereits das zweite Spiel zur Show präsentierte. Die zweite Version ist wieder für Wii und PC sowie für die Plattformen 3DS, Playstation 3 und Playstation Move erhältlich. „Schlag den Raab: Das 2. Spiel“ überzeugt mit verbesserter Grafik und Party-Spaß mit bis zu acht Freunden im neuen Team-Modus. Abzuwarten bleibt, ob es auch das zweite Videospiele zur Sendung schafft einen BIU Sales Award zu gewinnen.<sup>116</sup>

Es existiert seit 2010 auch ein Brettspiel von „Ravensburger“ zu „Schlag den Raab“. Auch hier müssen die Mitspieler sich in den Bereichen Wissen, Glück und Geschick messen. Insgesamt sind beim Brettspiel 36 verschiedene Minispiele möglich. Zusätzlich sind auch die Spielerweiterungen „Blamieren oder Kassieren“ und „Schlag den Raab Speedpuzzle“ im Handel erhältlich. Sie können jeweils auch eigenständig gespielt werden.<sup>117</sup>

---

<sup>115</sup> Vgl. Gamezone [2011a]

<sup>116</sup> Vgl. Gamezone [2011b]

<sup>117</sup> Vgl. Spielkult [o.J]

## 10. Fazit

TV-Shows sind seit Beginn der deutschen Fernsehausstrahlung ein wichtiges und prägendes Instrument für das Fernsehprogramm. Das haben die Fernsehschaffenden schon früh erkannt und stetig verbessert beziehungsweise den Bedürfnissen der Zuschauer angepasst. Es scheint, als ob jede mögliche Variante von TV-Shows bis heute bereits im Fernsehen gezeigt wurde. Jedoch belegt die Historie, dass diese Gedanken bereits viel früher schon in den Köpfen der Menschen zu finden waren. Es hat sich jedoch gezeigt, dass die Fernsehbranche ständig neue Arten von Formaten veröffentlicht und die kreative Neuerfindung der TV-Shows wohl nie ein Ende finden wird. Das Sendespektrum der TV-Shows wird dabei ständig erweitert. Die Historie zeigt aber auch, dass auf ein neues erfolgreiches Format oft, seitens konkurrierender Sender, ähnliche imitierte Sendungen folgen. Häufig werden die Strukturen des Formates so oft kopiert und erweitert bis eine Sättigung des Marktes eintritt und neue Formate das Fernsehprogramm füllen müssen.

Die Casting-Formate und allen voran das in dieser Arbeit analysierte Format „Deutschland sucht den Superstar“, hat sich über viele Jahre im Fernsehen bewährt. Aufgrund der Erfolge der ersten Casting-Shows ist heute eine Vielzahl dieser Sendungen in der deutschen Fernsehlandschaft vertreten. Die in der Historie gezeigten „Booms“ verschiedener Arten von TV-Shows weisen darauf hin, dass der Rückgang der Zuschauerzahlen ein erster Hinweis dafür ist, dass Casting-Shows zur Zeit überproduziert werden und eine Dezimierung der Anzahl der Casting-Shows im deutschen Fernsehen wohl unabdingbar ist. Dafür ist auch die zunehmende öffentliche Aufdeckung der Grundgedanken dieser Formate durch die Medien und der über alles andere gestellte wirtschaftliche Aspekt verantwortlich.

Die meisten Deutschen wissen inzwischen, dass Casting-Shows keineswegs daran interessiert sind neue Stars zu entdecken. Vielmehr findet man neue Hinweise für die respektlose Behandlung von Kandidaten und die Knebelverträge, die jeder Bewerber unterschreiben muss, um dabei zu bleiben. Dabei müssen Kandidaten enorm viele Rechte abtreten und ständig verfügbar sein. Die vorangegangenen Staffeln haben gezeigt, dass bisher selten ein Star aus diesen Formaten entdeckt wurde, der längere Zeit Erfolg hatte. Vielmehr ist es so, dass viele den schnell produzierten Bekanntheitsgrad annehmen, sich Gedanken über ihre Zukunft machen und sich schließlich meist kurz nach Ende der Staffel niemand mehr für sie interessiert. Auch psychisch ist das eine sehr hohe Belastung für die

Kandidaten. Dieter Bohlen konnte lange Zeit das Interesse der Zuschauer mit seiner harten Kritik aufrecht halten. Inzwischen sind die meisten jedoch gelangweilt und nicht mehr überzeugt von seiner abwertenden Grundhaltung. Die Medien berichten seit längerem, dass diese unzumutbare Art zum Scheitern verurteilt ist. Befürworter konnten bisher immer die Zuschauerzahlen als Einwand einbringen, doch nun deuten alle Anzeichen auf einen Wandel in der Fernsehlandschaft hin.

Die Sender spekulieren darauf, das Genre mit neuen Ideen und Innovationen wieder zum Zuschauermagneten zu formen. Das größte Problem ist aber auch für die Sender, die zahlreichen mit Casting-Shows besetzten Sendeminuten anderweitig zu füllen. Deswegen bleibt es spannend zu beobachten wann die Casting-Formate sich zumindest weitestgehend zurückziehen und welche Art von TV-Shows in Zukunft die deutsche Fernsehlandschaft prägen werden.

Eine mögliche Variante wäre neue Game-Shows mit Mann-gegen-Mann-Duellen zu besetzen. An dieser Form der TV-Show können sich die Zuschauer, wie die durchgängig hohen Quoten von „Schlag den Raab“ beweisen, nicht satt sehen. Stefan Raab versucht bei „Schlag den Raab“ nicht seine Konkurrenten einzuschüchtern, sondern greift in seiner Show lieber selbst in das Geschehen mit ein. Dieses Verhalten wird von den Zuschauern geschätzt, respektiert und verherrlicht. Raab kommt auch ohne verbale Entgleisungen zum Erfolg. Es scheint momentan, als ob Stefan Raab ein Unikat ist und die Fernsehzuschauer nicht damit aufhören können, ihn gegen seine Kontrahenten kämpfen und leiden zu sehen. Dabei ist festzuhalten, dass das „Schlag den Raab“-Prinzip auch ohne die Gestalt von Stefan Raab und in teilweise abgeänderter Form, wie bei „Schlag den Star“ funktioniert. Die Formatexporte von „Schlag den Raab“ zeigen auch, dass die Person Raab nicht unersetzbar ist, da das Prinzip auch weltweit und mit anderen Besetzungen funktioniert. Die Erfolgsshow schafft es aber auch durch die Vermarktung der Merchandisingartikel sich ständig in die Köpfe der Deutschen einzubrennen und auf sich aufmerksam zu machen.

Vermutlich wird sich „Schlag den Raab“ noch viele Jahre mit konstanten Zuschauerzahlen präsentieren können. Die interaktiven Spiele der Show erhöhen das Interesse der Zuschauer an diesem Format, da sie aktiv in das Geschehen eingebunden werden. Die Person Stefan Raab spielt dabei eine entscheidende Rolle, da sie durch seine unermüdliche Willenskraft und sein unerschöpflich scheinendes Kämpferherz, die Menschen noch lange Zeit begeistern wird. Ohne seine zahlreichen Beiträge im deutschen Fernsehen, fast

ausschließlich Sportveranstaltungen, würde das Fernsehprogramm in vielen Aspekten heute anders aussehen.

Oftmals konkurrieren „Deutschland sucht den Superstar“ und „Schlag den Raab“ in der Samstagabendunterhaltung miteinander. DSDS konnte den Kampf um die Quoten in der Vergangenheit meistens für sich entscheiden. Doch die 2012 gezeigte Staffel von DSDS beweist, dass die Quoten zurückgehen während „Schlag den Raab“ sich weiterhin konstant zeigt.

Der Rückgang der Casting-Shows ist zwar so nah wie nie zuvor, jedoch wird es noch einige Zeit dauern bis diese nur noch stark reduziert oder komplett aus dem Fernsehprogramm verschwunden sind. Die Innovation Kandidaten mit Respekt zu behandeln scheint auch nur teilweise erfolgversprechend zu sein. Die Dominanz des Genres Game-Show ist eine mögliche Variante, da zum Beispiel „Schlag den Raab“ zeigt, dass momentan Bedarf seitens der Zuschauer für diese Formate besteht. Es bleibt spannend zu beobachten, welche Form der TV-Shows in den nächsten Jahren einen Großteil des Fernsehprogramms beherrschen wird.

## **Literaturverzeichnis**

### **Selbstständige Publikationen**

Boehnke, Heiner/ Crone, Michael/ Sarkowicz, Hans [1990]

Funkbilder, Fotos und Texte zur Geschichte des Rundfunks in Hessen

Eichborn Verlag

Fechner, Frank/ Mayer, Johannes [2008]

Medienrecht Vorschriftensammlung, 4. Auflage, C. F. Müller Verlag, Heidelberg

Hallenberger, Gerd [1989]

Die Quiz- und Gameshowzuschauer. Anmerkung zu den GFK-Zuschauerzahlen der 1986 von den öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten ausgestrahlten Quiz- und Gameshow-Reihen

Arbeitshefte Bildschirmmedien Nr.9, Universität-GH-Siegen

Hallenberger, Gerd/ Kaps, Joachim [1991]

Hätten Sie's Gewusst? – Die Quiz- und Game Shows des deutschen Fernsehens,  
Jonas Verlag für Kunst und Literatur GmbH, Marburg

Hallenberger, Gerd [2011]

Gute Unterhaltung?! Qualität und Qualitäten der Fernsehunterhaltung UVK  
Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz

Kiefer, Philip/ Sprick, Philipp / Stiefenhover, Martin [2011]

Schlag den Raab – Das Buch, Ravensburger Buchverlag, Ravensburg

Leonhardt, Joachim-Felix/ Ludwig, Hans-Werner/ Schwarze, Dietrich/ Straßner, Erich  
[2002]

Medienwissenschaft: Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien und  
Kommunikationsformen, Band 3, Walter De Gruyter Verlag, Berlin/ New York



Pörksen, Bernhard / Krischke, Wolfgang [2010]

Die Casting-Gesellschaft – Die Sucht nach Aufmerksamkeit und das Tribunal der Medien (edition medienpraxis, 8), Herbert von Halem Verlag, Halem

Seven One Media [2008]

Semiometrie Top Thema April

Unterföhring, April 2008

### **Zeitungen und Magazine**

Buß, Christian [2012]

Germany's Next Topflop

URL: <http://www.spiegel.de/kultur/tv/castingshows-germany-s-next-topflop-a-816764.html> (Stand: 02.08.12)

Forsthoff, Christoph [2012]

Der Verbal-Terminator ist müde – das Publikum auch

URL: <http://www.stern.de/kultur/tv/dsds/dsds-2012-der-verbal-terminator-ist-muede-das-publikum-ebenfalls-1816856.html> (Stand: 02.08.12)

Frank, Arno [2012]

„DSDS Kids“ – Fugenlos belanglos

URL: <http://www.spiegel.de/kultur/tv/dsds-kids-bohlen-verbreitet-langeweile-mit-neuer-rtl-show-a-831580.html> (Stand: 20.07.12)

Freie Presse – Sachsens grösste Zeitung [2012]

„DSDS Kids“ endet mit enttäuschender Quote

URL: <http://www.freiepresse.de/NACHRICHTEN/ENTERTAINMENT/DSDS-Kids-endet-mit-enttaeuschender-Quote-artikel7999003.php> (Stand: 20.07.12)

Gantzkow, Sven [2012]

Vor dem Heuchler platzt dem „Popstar“ der Kragen

URL: <http://www.welt.de/fernsehen/article107913201/Vor-dem-Heuchler-platzt-dem-Popstar-der-Kragen.html> (Stand: 02.08.12)

Hamburger Abendblatt [2012]

RTL schmeißt Bruce Darnell und Marco Schreyl raus

URL: <http://www.abendblatt.de/kultur-live/tv-und-medien/article2262957/RTL-schmeisst-Bruce-Darnell-und-Marco-Schreyl-raus.html> (Stand: 20.07.12)

Hüeltin, Thomas [2011]

Die Geiseln des Metzgers

URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-76862428.html> (Stand: 02.08.12)

HörZu [1978]

Fernsehen Anno 1969

in HörZu 4/1978

Mahl, Rosemarie [1973]

Viel Schaum und keine Grenzen. Wie das Fernsehen mit Städten spielt in  
Frankfurter Rundschau vom 08.08.1973

Miklis, Katharina [2012a]

Show "DSDS Kids" - Bohlens gefährliches Kindercasting

URL: <http://www.stern.de/kultur/tv/dsds/show-dsds-kids-dieter-bohlens-gefaehrliches-kindercasting-1800004.html> (Stand: 20.07.12)

Miklis, Katharina [2012b]

„DSDS Kids“ startet bei RTL – Kinderstress für Onkel Dieter

URL: <http://www.stern.de/kultur/tv/dsds-kids-startet-bei-rtl-kinderstress-fuer-onkel-dieter-1821892.html> (Stand: 20.07.12)

tz-online [2009]

Bohlen: "Meine Sprüche sind Kunst"

URL: <http://www.tz-online.de/aktuelles/stars/meine-sprueche-sind-kunst-99400.html> (Stand: 20.07.12)

## Internetquellen

Allendorf Riehl GmbH [o.J.]

Stefan Raab

URL: <http://www.allendorf-riehl.de/kuenstler/raab/> (Stand: 10.07.12)

Brainpool [o.J.a]

Stars/ Stefan Raab

URL: <http://www.brainpool.de/bpo/de/stars/stefanraab/index.html>

(Stand: 07.07.12)

Brainpool [o.J.b]

Schlag den Star

URL: <http://www.brainpool.de/bpo/de/programme/shows/schlagdenstar/index.html>

(Stand: 05.07.12)

Brainpool [o.J.c]

Programme/ Awards

URL: <http://www.brainpool.de/bpo/de/programme/awards/> (Stand: 12.07.12)

Brandes, Michael [2011]

“Schlag den Raab” meldet weitere Export-Erfolge

URL: <http://www.wunschliste.de/tvnews/13235> (Stand: 11.07.12)

Burda News Group Medialine [o.J.]

Game-Show

URL: <http://www.medialine.de/deutsch/wissen/medialexikon.php?snr=2083>

(Stand: 01.08.12)

Cape Cross Studio & Filmgesellschaft mbH [2008]

Beat The Star

URL: [http://www.capecross.de/en/projects/tv-shows-events/project-overview.html?tx\\_fhprojector\\_pi1%5BshowUid%5D=323&cHash=0e2cfd7be6b2c543c088e2debf19f9f1](http://www.capecross.de/en/projects/tv-shows-events/project-overview.html?tx_fhprojector_pi1%5BshowUid%5D=323&cHash=0e2cfd7be6b2c543c088e2debf19f9f1)

(Stand: 22.07.12)

CastingShow-News [o.J.a]

DSDS

URL: <http://www.castingshow-news.de/dsds/> (Stand: 18.07.12)

CastingShow-News [o.J.b]

Popstars

URL: <http://www.castingshow-news.de/popstars/> (Stand: 18.07.12)

CastingShow-News [o.J.c]

X Factor

URL: <http://www.castingshow-news.de/x-factor/> (Stand: 18.07.12)

CastingShow-News [o.J.d]

The Voice of Germany

URL: <http://www.castingshow-news.de/the-voice-of-germany/> (Stand: 18.07.12)

CastingShow-News [o.J.e]

Das Supertalent

URL: <http://www.castingshow-news.de/das-supertalent/> (Stand: 18.07.12)

CastingShow-News [o.J.f]

Germany's next Topmodel

URL: <http://www.castingshow-news.de/germany's-next-topmodel/>  
(Stand: 18.07.12)

Chartsurfer [o.J]

Interpret "Dieter Bohlen"

URL: <http://www.chartsurfer.de/artist/dieter-bohlen/biography-cnnv.html>  
(Stand: 20.07.12)

Celbreties list [o.J.]

URL: <http://celebslists.com/15774-hans-joachim-kulenkampff> (Stand: 03.07.12)

DSDS City [o.J.]

Aufbau und Ablauf DSDS

URL: <http://www.dsds-city.de/Thread-Regeln-und-Ablauf-DSDS-2012>

(Stand: 05.07.12)

E., Jennifer [2012]

DSDS Kids 2012: Maue Quoten und Dieter Bohlen geht vor Alysha auf die Knie

URL: <http://www.sajonara.de/2012/05/06/dsds-kids-2012-maue-quoten-und-dieter-bohlen-geht-vor-alysha-auf-die-knie/>

(Stand: 31.07.12)

Fernsehlexikon [2008]

Erzählerstaffette

URL: <http://www.fernsehlexikon.de/2083/erzaehlerstafette/> (Stand: 02.07.12)

Gamezone [2011a]

Schlag den Raab: Mit Gold-BIU Sales Award ausgezeichnet

URL: <http://www.gamezone.de/Schlag-den-Raab-Wii-235292/News/Schlag-den-Raab-Mit-Gold-BIU-Sales-Award-ausgezeichnet-970521/>

(Stand: 13.07.12)

Gamezone [2011b]

Schlag den Raab: Das 2. Spiel

URL: <http://www.gamezone.de/Schlag-den-Raab-Das-2-Spiel-3DS-237153/News/Schlag-den-Raab-Das-2-Spiel-Namco-Bandai-nennt-den-Termin-970931/>

(Stand: 13.07.12)

Gemütliches Miteinander [o.J.]

Biografie Dieter Bohlen

URL: <http://www.gemuethliches-miteinander.de/t110f79-Dieter-Bohlen-Biografie.html>

(Stand: 04.07.12)

Grundy Light Entertainment [o.J]

Deutschland sucht den Superstar 9

URL: <http://www.grundy-le.de/shows/aktuell/deutschland-sucht-den-superstar-9.html> (Stand: 20.07.12)

Hoeveler, Christoph [2010]

Tickets für Schlag den Star: Wie kommt man an Karten?

URL: <http://tv.germanblogs.de/archive/2010/10/21/tickets-fuer-schlag-den-star-wie-kommt-man-an-karten.htm> (Stand: 20.07.12)

IP Deutschland [2011]

Fructis Promostory und Programmsplit bei „DSDS“

Wahrnehmung und Bewertung

URL: [http://wirkstoff.tv/uploads/tx\\_wirkstoffcase/IP\\_DSDS\\_2011\\_Fructis\\_\\_Promo\\_story\\_und\\_Programmsplit\\_v1.pdf](http://wirkstoff.tv/uploads/tx_wirkstoffcase/IP_DSDS_2011_Fructis__Promo_story_und_Programmsplit_v1.pdf) (Stand: 04.08.12)

Lünenborg, Magreth/ Töpper, Claudia

Gezielte Grenzverletzungen – Castingshows und Werteempfinden

URL: <http://www.bpb.de/apuz/33554/gezielte-grenzverletzungen-castingshows-und-werteempfinden?p=all> (Stand: 02.08.12)

Lünenborg, Margreth/ Martens, Dirk/ Köhler, Tobias/ Töpper, Claudia [2011]

Skandalisierung im Fernsehen – Strategien, Erscheinungsformen und Rezeption von Reality TV Formaten

Vistas Verlag GmbH, Berlin, Band 65

URL: [http://lfmpublikationen.lfm-nrw.de/catalog/downloadproducts/L113\\_Skandalisierung\\_im\\_Fernsehen\\_Band65.pdf](http://lfmpublikationen.lfm-nrw.de/catalog/downloadproducts/L113_Skandalisierung_im_Fernsehen_Band65.pdf) (Stand: 20.07.12)

Medienanstalt Hamburg/ Schleswig-Holstein (MA HSH) [o.J.]

Modul 5, Casting-Shows – Aufbau, Stilmittel und Wirkung

URL: [http://www.ma-hsh.de/cms/upload/downloads/Medienkompetenz/Schein\\_/05\\_Schein\\_\\_Sein\\_Modul\\_5.pdf](http://www.ma-hsh.de/cms/upload/downloads/Medienkompetenz/Schein_/05_Schein__Sein_Modul_5.pdf) (Stand 15.07.12)

Peter-Frankenfeld-Schule [o.J.]

Ein kurzer Rückblick

URL: <http://www.peter-frankenfeld-schule.de/dassindwir.html> (Stand: 03.07.12)

ProSieben [o.J.]

Das Leben des Stefan Raab

URL: <http://tvtotal.prosieben.de/tvtotal/infos/stefan/08508.html> (Stand: 03.07.12)

ProSiebenSAT.1 Media AG [2008]

Starker Auftakt für “Schlag den Raab” in Großbritannien

URL: [http://www.presseportal.de/pm/21767/1177042/prosiebensat\\_1\\_media\\_ag](http://www.presseportal.de/pm/21767/1177042/prosiebensat_1_media_ag)  
(Stand: 10.07.12)

Quotenmeter [o.J.]

URL: <http://www.quotenmeter.de/cms/> (Stand 20.07.12)

Raab-Fans [1998-2002]

Biografie

URL: <http://www.raab-fans.de/facts/bio.php3> (Stand: 01.07.12)

Rave, Carsten [2012]

Castingshows: Ein Format zerstört sich selbst

URL: <http://www.digitalfernsehen.de/Castingshows-Ein-TV-Format-zerstoert-sich-selbst.83218.0.html> (Stand: 02.08.12)

Spielkult [o.J]

Schlag den Raab Das Spiel – Die Fernsehshow fürs Wohnzimmer

URL: <http://www.spielkult.de/raab.htm> (Stand:14.07.12)

topmodels community [2011]

Zicken-Krieg bei „Deutschland sucht den Superstar“ (DSDS)

URL: <http://blog.topmodels.de/tag/dsds/> (Stand: 05.07.12)

## **Eigenständigkeitserklärung**

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Ort, Datum

Michael Kadow